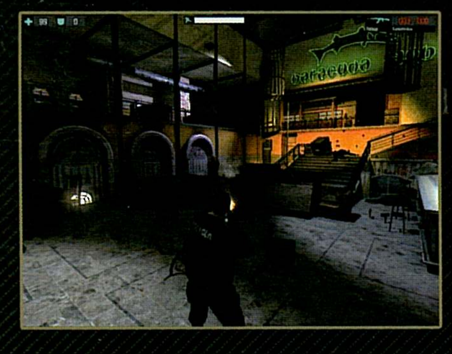

VIDEOGAME CULTURE
REVISTA MENSUAL | Nº6
EDGE®
PLAYSTATION | NINTENDO | XBOX | PC | MÓVIL | PORTÁTIL | ONLINE
EL RETORNO DE LUCASARTS
¿PODRÁ CONTRAATACAR ESTE IMPERIO?
ESPAÑA 3,90€
PORTUGAL CONT. 4€
8 413042 500971 00006
GLOBUS
ARTÍCULOS: BATTLEFIELD AFRONTA EL FUTURO LA PRESENCIA DE SONY EN ESPAÑA CHICAS PELEONAS
LO MÁS: CALL OF DUTY 3 RYZOM RING DEAD RISING DARK MESSIAH OF MIGHT AND MAGIC
NUEVO: PREY TEKKEN DARK RESURRECTION ULTIMATE GHOST'N'GOBLINS RESERVOIR DOGS DISGAEA 2



EL MEJOR AGENTE DE LA DEA ES
LA PEOR PESADILLA
DEL NARCOTRÁFICO

PROTAGONIZA EL JUEGO DE ACCIÓN
MÁS CONTUNDENTE DE LA TEMPORADA




















COMPLETAMENTE
EN CASTELLANO

es implacable
es letal
es...

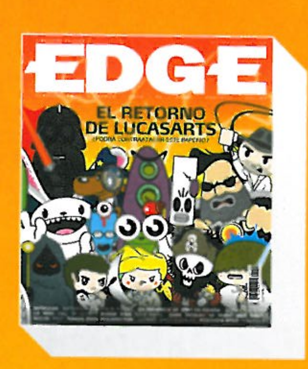
EL MATADOR

DISPONIBLE PRÓXIMAMENTE

www.elmatador-game.com







Durante muchos años Lucas ha sido una de esas empresas que producen admiración y respeto a partes iguales. Ha sabido hacer de una película toda una industria. Efectos especiales, sonido y videojuegos son sus grandes apuestas, pero hay más, mucho más. Es una forma diferente de hacer empresa, un sistema distinto de relación con sus trabajadores y con los clientes que, uno tras otro, compran sus juegos, ven sus películas o quieren tener en su receptor audiovisual la certificación THX. Hace ya mucho tiempo que jugué en mi ordenador Amiga con *The Secret of Monkey Island* y todo lo que recuerdo es bueno, empezando por la refrescante y novedosa propuesta que representaba. Yo, por aquel entonces, trabajaba en las revistas del grupo IDG Communications (editor de PC World, ComputerWorld y Amiga World entre otras) y tenía mucho contacto con el pequeño mundo de los videojuegos que hace muy poco tiempo se ha convertido en la industria que hoy es. Por aquel entonces, las consolas no tenían la fuerza actual y la mayoría de los juegos se planteaban para ordenadores como el Amiga y el Atari o los PCs. Pero entonces, como ahora, un buen juego, y por tanto la empresa que hay detrás, se abría paso para llegar a convencer a todos de sus maravillas y, sin duda, los que ostentan el sello de Lucas siempre han estado y estarán entre los mejores, como podrás comprobar en el completo reportaje de este número.

Por otro lado, no puedo dejar de comentar la sorpresa que ha supuesto para todos que tanto el FIFA como el PES6 (los dos juegos de fútbol más conocidos) no saldrán hasta después de agosto de 2007 para las nuevas consolas de Sony y Nintendo, porque Microsoft se ha quedado con la exclusividad para 360, queriendo lanzar un claro mensaje a los usuarios: "Si quieres tener buen fútbol tendrá que ser en mi consola"... Pero claro, tras el último anuncio de Sony de que para Europa y la zona de sistema PAL se retrasa la salida de la PS3 a marzo...

AITOR URRACA, DIRECTOR





LUCASARTS™

EDGE

www.globuscom.es
Director: **Aitor Urraca**
aurraca@globuscom.es
Director de Arte: **Carlos Girbau**
cgirbau@globuscom.es
Redactora: **Sara Borondo**
sborondo@globuscom.es
Secretaria de Redacción: **Paloma Carrasco**
revistaedge@globuscom.es
Colaboradores: **Nacho Ortiz, Tonio L. Alarcón, Javier Palazón, Santiago Quiñones, Eva Martín y Juan Marcelo.**

PUBLICIDAD
Director Comercial: **Daniel Bezares**
dbezares@globuscom.es
Tel.: 914 471 202 Fax.: 914 456 003
Jefe de Publicidad: **Rosa Ortega**
rortega@globuscom.es
Tel.: 914 471 202
Coordinación: **Almudena Raboso**
araboso@globuscom.es
Cataluña:
Director de Delegación: **César Silva**
csilva@globuscom.es
Tel.: 932 188 554 Fax: 932 188 252
Jefe de Publicidad: **Jesús Torras**
jtorras@globuscom.es
Coordinación: **María Miguel**
mmiguel@globuscom.es
País Vasco:
Jefe de Publicidad: **Mikel Díaz de Argandoña**
globusmikel@telefonica.net
Tel. Movil: 670 802 890

PRODUCCIÓN
Directora Técnica: **Eva Pérez**
eperez@globuscom.es
Jefe de Producción: **David Ortega**
Internet: **Cani Montes**
Sistemas: **Oscar Montes**
Fotomecánica: **Da Vinci**
Impresión: **Rotedic**

DIFUSIÓN
Director de Promoción y Ventas: **Antonio Esturillo**
aesturillo@globuscom.es
Suscripciones: Alicia Rodriguez
c/ Covarrubias, 1-1°. 28010 Madrid
Tel.: 914 471 202. Fax: 914 456 003
suscripciones@globuscom.es

RECURSOS HUMANOS
Directora: **María Ugena**
mugena@globuscom.es

ADMINISTRACIÓN
Director Financiero: **José Manuel Hernández**
jmhdez@globuscom.es
Jefa de Tesorería: **Ana Sánchez**
aschez@globuscom.es
tesoreria@globuscom.es
Administración Ventas Directas: **Antonio Diarruyo**

EDITORIAL
Directora General de Publicaciones
Marisa Pérez Bodegas
mpbodegas@globuscom.es
Asistente Dirección Publicaciones
Carmen San Millán

EDITA
GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.
Presidente: **Alfredo Marrón**
amarron@globuscom.es
Dirección: Covarrubias, 1. 28010 Madrid
tel.: 914 471 202. Fax: 914 471 043

Distribución España: SGEL
Sobretasa aérea para Canarias: 0,15€
F. Imp. 02/07 Printed in Spain

Depósito legal: **M-15716-2006**



SUMARIO

NÚMERO 6

Este mes

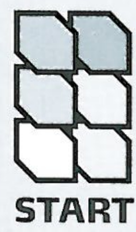
Todos los meses



SUMARIO
CONTINUACIÓN

LO MÁS

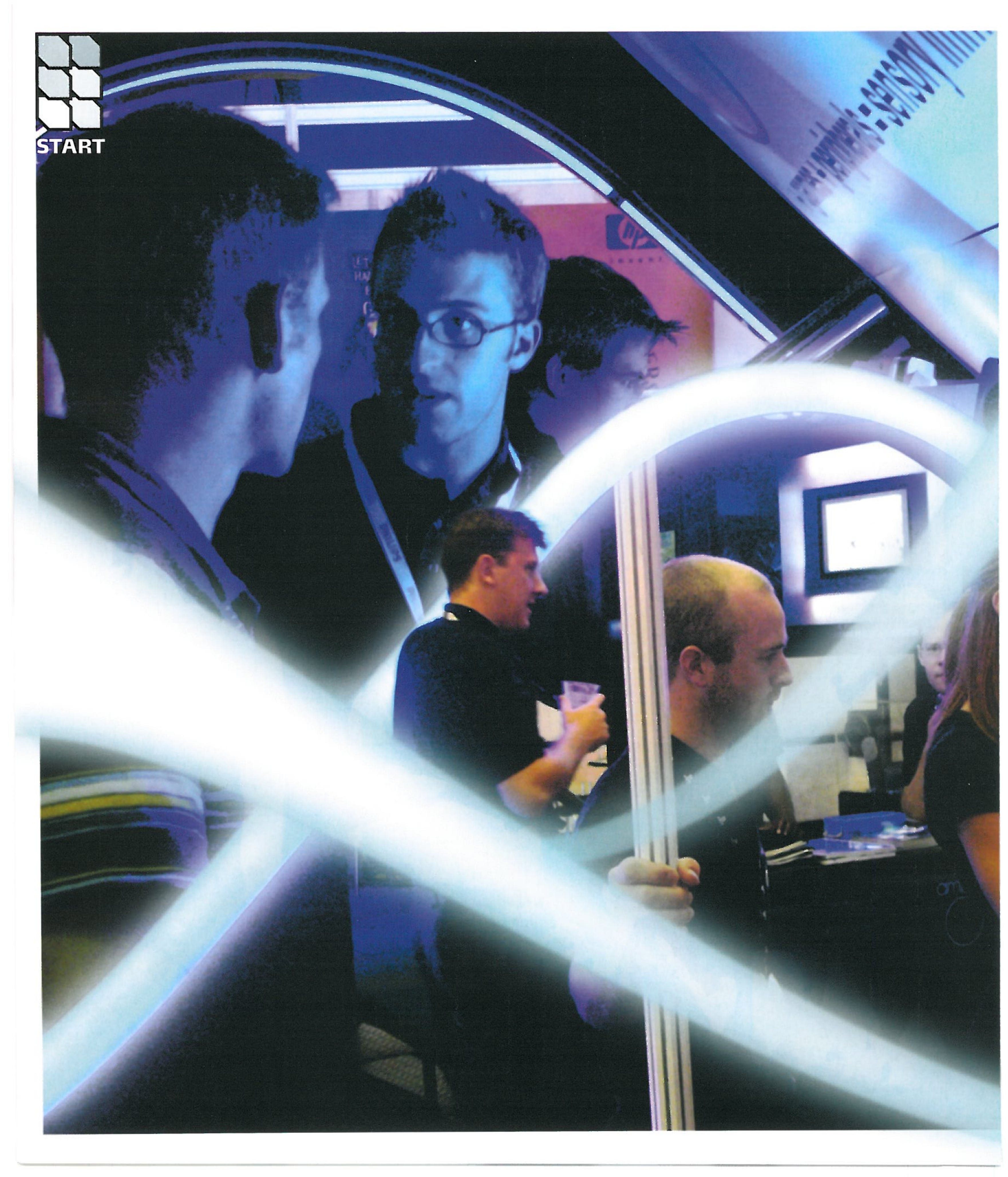
NUEVO



START






START

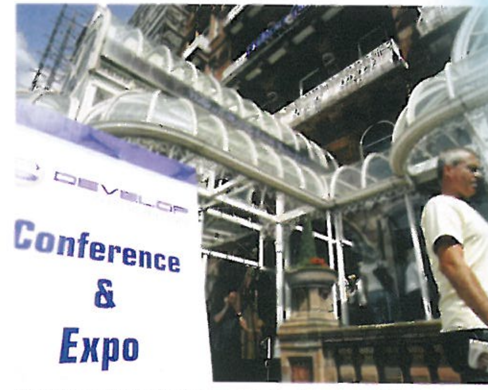
EVENTO

Luces y sombras en Develop Brighton

Pese a un inicio equívoco, el primer congreso británico de desarrolladores en 2006 demostró confianza en sí mismo

El discurso de apertura de un congreso suele marcar la pauta del contenido de las jornadas. Mark Rein, de Epic, sin embargo, parece considerar que estas inauguraciones son una oportunidad para desahogarse, y utilizó su discurso de apertura de la Develop Conference celebrada en Julio en Brighton para decir a los desarrolladores que los juegos que se desarrollan en varios episodios son un callejón sin salida, y que Intel está perjudicando al sector de juegos para PC con el lanzamiento de ordenadores con soluciones gráficas integradas que no permiten jugar a los mejores juegos que salen al mercado.

Al final del día sus comentarios estaban en la página principal de la BBC Online, pero carecían de relevancia para un evento en el que ninguna de las conferencias se centraba en los temas apuntados por Rein. Es un extraño comienzo para una conferencia que pretende establecerse rápidamente como una cita ineludible en el calendario de los desarrolladores de juegos europeos. Muchos salieron de la conferencia inaugural preguntándose qué tendrían que ofrecerles las siguientes 48 horas.



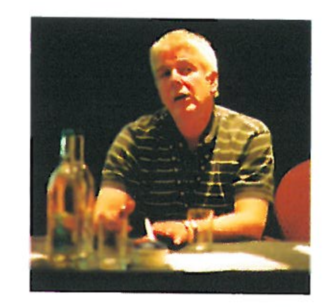
El Congreso y la Exposición contaron con el apoyo del ATi Developer Day y de GAMES:EDU. Esto reforzó la formidable oferta, considerando que era el primer año del evento.

Al final del día sus comentarios estaban en la página principal de la BBC Online, pero carecían de relevancia, ya que ninguna charla hablaba de juegos por capítulos ni de Intel

Y la respuesta es "mucho" (había 60 sesiones de charlas comprimidas en dos días) pero también "poco". La verdad es que los asistentes tenían demasiado entre lo que elegir, con charlas que abarcaban desde la compatibilidad entre Max y Maya hasta las mujeres en los juegos, y una enorme cantidad de cuestiones intermedias, pero, como

Mark Rein, de Epic (izquierda), pronunció el discurso inaugural; Jamie McDonald, de SCEE, (centro), dio consejos a los distribuidores y David Amor, de Relentless Software, (debajo) esbozó el panorama dominante de los juegos.





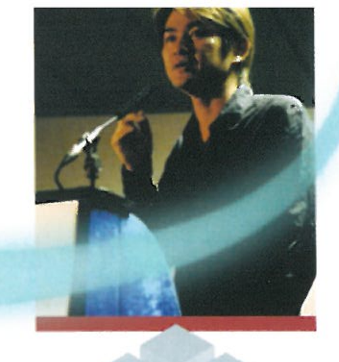


suele ocurrir en reuniones como esta, muchos temas se ajustaron a un nivel medio-bajo pensando en los menos expertos en los temas, con lo que los más entendidos se quedaron con la sensación de que hubiera sido más productivo dedicar su tiempo a otra cosa. Y lo cierto es que con siete sesiones simultáneas era ya suficientemente difícil escoger el mejor lugar al que ir. Mientras que el equipo de la renovada Conferencia de Desarrolladores de Londres en Octubre pretende "centrarse estrictamente en cuestiones clave relacionadas con el desarrollo de juegos de próxima generación para consola y PC", es evidente que los organizadores de Develop querían presentar un cartel más amplio para aumentar su atractivo hacia un público más amplio. ¿Será más racional el programa del año que viene? La escasa asistencia a algunas de las sesiones largas sugiere que debería ser así.

La verdad es que los organizadores escogieron bien el lugar: el hotel Metropole de Brighton era el más adecuado para acoger lo que era una ambiciosa organización, y esta ciudad a la orilla del mar ofrece muchas oportunidades para hacer contactos bien entrada la noche: se habló incluso de un grupo oportunista de cansados e impulsivos desarrolladores que propusieron un juego (centrado, nada menos, que en un karaoke pornográfico) al sorprendentemente paciente Phil Harrison, de Sony Computer Entertainment, a tempranas horas de la mañana. En la charla de clausura, titulada *Parte de Desarrollo,* un equipo formado por gente como

Se habló de un grupo de desarrolladores que propusieron un juego (centrado, nada menos, que en un karaoke pornográfico) a un sorprendentemente paciente Phil Harrison

Rein, Harrison y Charles Cecil, de Revolution, le tomó el pulso al desarrollo de juegos actual. Harrison afirmó que la industria está en buena forma, que hay un alto nivel de confianza, y que, aunque queda un trabajo duro por delante, hay posibilidades de éxito. Cecil insistió en que empieza a surgir una nueva tendencia a la creatividad, ahora que la tecnología ha dejado de limitar a los diseñadores. Rein estuvo de acuerdo, y añadió que nunca había habido tanta gente trabajando en el sector de desarrollo de juegos, y que las oportunidades laborales nunca habían sido tantas. Fue un final entusiasta para una conferencia desigual. El año que viene por estas fechas, con el reto de la introducción de dos nuevas consolas de próxima generación, será interesante ver si los estados de ánimo (e incluso la propia forma de Develop Conference) han cambiado.



La creatividad marca la producción
Tetsuya Mizuguchi

¿Cómo lo ha hecho Mizuguchi? ¿Cómo ha convencido a sus mecenas para que le den libertad para hacer juegos tan distintos como *Sega Rally, Space Channel 5* y *Rez?* Esta era la pregunta que los asistentes esperaban ver contestada, con la esperanza de robarle su sabiduría y utilizarla para dar a sus propias carreras un giro nuevo y dejar de repetir las fórmulas de siempre hasta el final de los tiempos. Pero el comentario inicial de Mizuguchi ("No sé exactamente cómo he llegado hasta aquí") marcó una presentación que, si bien no ofreció muchas conclusiones, sí estuvo llena de encanto.

La clave de su éxito, aseguró Mizuguchi, es que, desde el principio (dejó el instituto para trabajar en Sega en 1990), quiso crear videojuegos que inspirasen respeto al jugador, provocando sensaciones similares a los que suscitan las buenas películas, la buena música y los libros. "Bastaba con tener una idea, cualquier idea –explicó– Bueno, eso y una compañía importante detrás, como Sega, que era un monstruo mucho menos conservador en los 90 de lo que es ahora".

Y así, Mizuguchi esbozó su trayectoria personal, desde *Sega Rally* hasta *Manx TT* y su camino final más reciente hasta *Lumines* y *Ninety-Nine Nights,* insistiendo en cómo la música ha influido en su carrera todo este tiempo, desde que MTV desembarcó en Japón y desde que presenció su primera fiesta *rave,* en Suiza, en 1994.

Si piensas en términos de géneros, te acabas ciñendo siempre a esos géneros, concluyó, así que "suelo pensar más bien en los deseos humanos. Pienso en los deseos humanos básicos, y trato de llevarlos cada vez más lejos", dijo. Al final, animó al público a no abandonar nunca, incluso si cuesta "tres, cuatro o cinco años encontrar la idea". Este es el tipo de propuesta que los asistentes más jóvenes querían oír. Algunos de los veteranos, mientras tanto, se quejaban de que encontrar la idea no suele ser el problema más importante.



Diseño democrático
Peter Molyneux

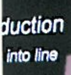
Resulta que el título de esta sesión pretendía ser irónico. "No hay democracia" en el diseño de juegos, afirmó Molyneux ya desde el principio, sugiriendo que hace falta tener una singular "visión holística," y que hay que "engañar" al equipo de desarrolladores para que piensen que las distintas partes del diseño final son obra suya.

El público escuchó una lección histórica sobre el trabajo de Molyneux, desde *Populous* hasta su último proyecto del que, por supuesto, no puede hablar en este momento. El punto más interesante no fue cómo han evolucionado los propios juegos, sino cómo han progresado los procesos que están detrás. Molyneux explicó que podría haber tenido en la cabeza todo el código de un juego como *Theme Park,* pero que ahora no entiende ni siquiera cómo funciona realmente la tecnología de renderizado en 3D de *Fable.*

Molyneux sigue consumido por las preocupaciones, hablando de que la respuesta de los distribuidores es "terrorífica" y de lo desconcertante que resulta estar tomando decisiones que pueden cambiar el rumbo de un proyecto cuya financiación puede alcanzar los 30 millones de dólares. "Una sola decisión de diseño puede costar de 2 a 3 millones de dólares," dijo, casi estremeciéndose.

¿Que podría haber aprendido hasta el más devoto seguidor de Molyneux en esta conferencia? Que nunca volverá a filtrar a la prensa ninguna característica de un juego si se trata de algo que su equipo de desarrollo no ha apoyado. Que hacer un informe de diseño es una buena idea, aunque "en realidad nadie se lo lee entero, sólo a trozos" (El de *Fable 2* alcanza casi las 1.000 páginas). Que hay que probar todo una y mil veces (la historia del anticipo de la mecánica de *Fable* y su efecto sobre algunos jugadores es una lección para todos los diseñadores). La sesión terminó con un breve coloquio. Hubiera sido mejor si se hubiera dedicado más tiempo a contactar con el atento público.





El tiempo y la ubicación hicieron brillar Develop, aunque la asistencia a algunas sesiones fue desalentadora. Los desarrolladores de fuera de Gran Bretaña brillaron por su ausencia.





Diseño de nuevos tipos de juegos para las masas

David Amor, Paulina Bozek, Rob Kay

La mejor muestra de cómo han cambiado los juegos. Representando un timbre (del juego *Buzz!* de Relentless), un micrófono (de *SingStar*, de Sony London) y una Gibson SG tamaño tres cuartos (del *Guitar Hero* de Harmonix), lo primero que tuvo que hacer este equipo fue explicar que las tres grandes estrellas de la corriente dominante de los videojuegos resultan ser todas juegos musicales, o más bien juegos musicales apoyados en periféricos del mundo real. Las respuestas no fueron tan radicales como algunos esperaban –sobre todo los que habían asistido a uno de los interminables seminarios de Bozek (sobre estas líneas) en los que la desarrolladora transmite la apasionante claridad de sus ideas de diseño– pero dieron detalles interesantes. Amor explicó que pasar de la música a las preguntas en *Buzz!* había sido un reto más difícil de lo esperado, pues suponía colocar más información sobre la pantalla (los clips musicales tienen la gran ventaja de ser invisibles), y habló también de lo difícil que es implicar a un montón de intérpretes para que trabajasen con toda una batería de estribillos pop. Pero todos estuvieron de acuerdo con Kay cuando afirmó que el secreto del diseño de juegos para el gran público está en hacer las cosas cada vez con mayor sencillez.





No se puede decir que la Exposición de Develop '06 estuviera llena, así que tecnologías como la amBX de Philips pudieron crear más impacto.



Diseño de juegos sala 101

Simon Byron, Peter Molyneux, Jonathan Smith

Curiosamente, la sesión más apasionante fue una conferencia centrada en lo negativo: tres especialistas propusieron qué aspecto de los juegos consideraban prescindibles. Smith, productor de la serie *Lego Star Wars* en TT Games, abrió la sesión proponiendo acabar con el "equilibrio" en los juegos , utilizando *Need For Speed: Underground* como ejemplo de juego en el que los desarrolladores se han equivocado, creando juegos en los que la progresión es rutinaria, no hay sorpresas y, al no haber retos auténticos, el jugador no percibe que ha logrado nada importante. "Comparadlo con *Trauma Center* –propuso Smith– cuyos picos de dificultad provocan 'auténtico entusiasmo'". Fue difícil vender esta propuesta a los asistentes, acostumbrados a hacer juegos para públicos cada vez más amplios, pero, finalmente, el "equilibrio" terminó en la papelera.

Byron (arriba) optó por un objetivo aún más complicado: el sigilo. Apunto que, aparte de que eso de escabullirse sea un poco sucio, no debería ser la clave de un juego. Añadió: "los juegos deben darte fuerza, no pedirte que te escondas. Y es más preocupante que el sigilo se esté metiendo con calzador en todo tipo de juegos", y preguntó a los asistentes si recordaban el espectacular salto desde el avión en *Nadie vive para siempre*. ¿Y aquel apasionante tiroteo en el funicular? La argumentación fue convincente, pero el público, formado por mucha gente que después de la conferencia tenía que volver a sus proyectos, en los que estaban metiendo el sigilo con calzador, no admitieron que acabara en la basura.

Molyneux escogió un objetivo más fácil: las escenas de vídeo. El público estuvo de acuerdo con todo: son flojas porque no son interactivas; los actores son malos; interrumpen la historia, y así sucesivamente. Los argumentos fueron demasiado estrechos de miras, pues se ignoró el valor, por ejemplo, de las secuencias de *GTA*, pero estas escenas grabadas acabaron en la papelera.

Tetsuya Mizuguchi tuvo el honor de ser presentado por Phil Harrison, de SCE (abajo). Como el resto de la sala, Harrison aplaudió el segmento de *Rez* que presentó Mizuguchi, aunque se mostró menos entusiasmado por una secuencia de *Ninety-Nine Nights*.





Mezcla de opiniones

Varios participantes

Once ponentes, cada uno de los cuales tenía tres minutos cada uno para hablar sobre un determinado aspecto del mundo de los juegos. Destacó Miles Jacobson, de Sports Interactive, y su irrefutable argumento enfrentando juego y polígonos ("¿Cómo, si no, íbamos a vender un millón de copias de un juego como *Football Manager*?"); también estuvo Charles Cecil (arriba), explicando por qué los desarrolladores deberían dejar de copiar a Hollywood, pues allí no está la solución a sus problemas; Rob Kay, de Harmonix, pidió juegos más accesibles (y que mueran los orcos); el experto de PR Simon Byron propuso que se eliminaran los elementos gratuitos en la industria, para que los juegos no se devalúen de mano de aquellos que deberían defenderlos; y Ben Gonshaw, de Kuju, insistió en que los juegos deben ser entretenimiento puro, no un reto. Al final, nadie parecía tener claro quién había "ganado" la partida.



Luces, cámara...Donde el cine y los videojuegos se encuentran

Rob Fahey, Andrew McDonald

Esta ponencia debería haberse llamado *Donde el cine y los videojuegos no logran encontrarse*, pues McDonald (arriba) productor de películas como *Trainspotting*, *La Playa* y *28 Días Después*, no tenía experiencia en la industria del videojuego, con gran disgusto por su parte. Hace ya tiempo que pensó que *28 Días Después* podía ser atractiva como juego, e intentó vender la idea a varios distribuidores del Reino Unido, pero ninguno se interesó. Por suerte, esto ocurría después de haber estrenado la película. Estas incongruencias no afectaron a *GoldenEye*, por supuesto, pero está claro que los tiempos han cambiado.

Una de las propuestas más interesantes de McDonald apuntaba a un futuro en el cual los desarrolladores de juegos y los estudios de cine compartirían recursos. Pero estas dos industrias tan dispares tienen mucho que hacer en común antes de que ese momento llegue.



Touch! Generations

Nuevas formas de jugar para todos



Gordon y amigos

Half-Life 2: Episode 2 tendrá "extras gratis". Mientras, Valve choca con el equipo de EA

Gabe Newell marca la diferencia en Valve. Sorprendió a periodistas y analistas al llegar a la convocatoria de prensa de EA para discutir la nueva hornada de juegos de su empresa. Sus anfitriones no se sorprendieron; de hecho, se habían quitado de en medio para no crear expectativas. EA habla de maximizar ingresos, y asegurar un flujo estable de productos. Pero Newell tiene en mente una idea diferente. "Dándole a nuestro proceso de desarrollo un enfoque temporal, podemos reducir riesgos en cosas como el calendario de programación y la financiación, e invertir más en nuevos tipos de juego". Y lo primero es el esperado *Half-Life 2: Episode 2.* Contar algo de la trama o de los personajes puede destripar la historia, así que poco se puede revelar. No obstante, sabemos algo: Alyx resulta herida, se la entrevé cayendo desde un puente en ruinas, y un Vortigaunt la pone a salvo. Para sustituirla, se ha potenciado el papel de esta especie alienígena ahora tan simpática. Han venido aquí para luchar, sufriendo una crisis nerviosa que parece sanar a sus oponentes. Parece que Gordon luchará en un pelotón de Vortigaunts; los niveles son más grandes y abiertos. La nueva tecnología, a la que Valve llama 'física cinemática,' debería añadir espectacularidad a las escenas de video interactivas de *Episode 2.* Newell presentó el hundimiento del puente del tren desmoronándose, retorciéndose y estrellándose. *Episodio Dos: Todo es Estupendo.* Salvo que eres un NPC in-game.

Es un tráiler inteligente y caprichoso en una minicampaña que acompañará a *Episode 2.* Ambientado en el universo de Half-Life 2, *Portal* introduce al jugador en el Aperture Science Enrichment Centre. Se trata de la prueba para una nueva arma: una que puede abrir agujeros en la realidad. Pon una puerta de entrada en una pared, y una salida en el techo. Entra por la entrada y saldrás por la salida. Parece fácil. Pero es vertiginoso, complejo y muy divertido. En los escenarios que se han visto, el jugador colocaba la entrada debajo de una caja, y la salida encima de una torreta; la caja echaba abajo la torreta. Había una tarea en la que, para encender un interruptor, había que lanzar una caja a través de un agujero en la pared; pero, para llegar al agujero, el jugador tenía que saltar veinte metros desde una de las salidas. Si colocas una entrada debajo de una salida creas un bucle infinito; un divertidísimo despliegue de movimiento perpetuo hace que la misma torreta rebote infinitamente entre la entrada y la salida.

Pon una puerta de entrada en una pared, y una salida en el techo. Entra por la entrada y saldrás por la salida. Parece fácil. Pero es vertiginoso, complejo y muy divertido

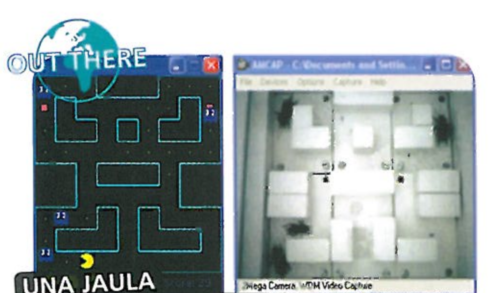
Los niveles son como una sala de pruebas o de reclutamiento, y el tráiler sirve también como vídeo de orientación. "Recuerden el slogan de nuestra compañía: 'Hay un agujero en el cielo por el que las cosas pueden pasar'" y "En el centro de pruebas, hemos descubierto que un individuo suficientemente motivado puede llevar a cabo tareas difíciles aún sufriendo un dolor intenso". Con el tiempo, estos eslóganes aparecerán escritos en muchas camisetas. Si *Portal* te suena a conocido es porque lo es: se trata de un invento de los estudiantes del curso de desarrollo de juegos del Instituto de Tecnología Digipen, cerca de Seattle. Su primera creación, *Narbacular Drop,* obtuvo el premio estudiantil en el Festival de Juegos Independientes este año, cuatro meses más tarde, y trabajando en Valve, estrenan este tráiler. Es un giro radical.

Lo mismo cabe decir del próximo proyecto:



Esta provocadora imagen da idea de *HL2: Episode 2.* Alyx cae desde un puente y su destino queda en manos de los Vortigaunts (la raza alienígena antes esclava de Combine).

OUT THERE



UNA JAULA DE GRILLOS

A pesar de los continuos avances en AI, ningún enemigo preprogramado es completamente impredecible. En un intento de llevar al mundo de los juegos una auténtica aleatoriedad, Wim van Eck, estudiante de la Universidad de Leiden, añadió un elemento de naturaleza real. Para su trabajo de licenciatura, titulado *Juegos de ordenador controlados por animales,* Eck construyó una representación física de un nivel de *Pac-Man,* y en lugar de usar fantasmas controlados por ordenador, empleó grillos vivos actuando como enemigos. Manipulando los motores bajo cada una de las seis secciones de laberintos, utilizó el instinto de los grillos, que les hace evitar las vibraciones del suelo, para perseguir a un Pac-Man virtual controlado por el jugador o huir de un Pac-Man conectado. Al final, sin embargo, Eck descubrió que los grillos engañaban al sistema, aprendiendo que un Pac-Man virtual no es una amenaza real y, en una extraña coincidencia, uno de ellos cambió de piel para crear un quinto espectro inmóvil, haciendo el juego aún más impredecible: un elemento de diseño de juego que ni siquiera Miyamoto e Iwata juntos serían capaces de crear.





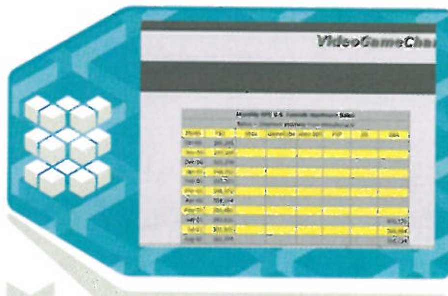






Team Fortress 2. Con más de una década de desarrollo , *TF2* supone el intento de Valve de crear "el mejor multijugador del mercado basado en la clase". También dijeron eso hace ocho años. Dos equipos se enfrentan en mapas simétricos, apropiándose de banderas y de puntos de control. *Team Fortress,* que en origen era un mod de *Quake,* no se parece en nada a los juegos sobrios y realistas de hoy día; tiene una rapidez salvaje y despiadada que resulta divertidísima. Para *TF2,* se han eliminado las imágenes realistas de otras ocasiones, y se han sustituido por un estilo que recuerda a *Los Increíbles* de Pixar. El proyecto se basa en un retorcido sentido del humor: toda la acción es in-game, pero eso no impide que el médico se atavíe de pronto con un guante de goma, o que el soldado coja una pala para emprenderla a golpes con su yelmo.

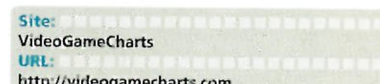
En un sorprendente arranque de generosidad, *Team Fortress 2* y *Portal* se regalarán para PC junto con *Episode 2.* Lo que no tiene nada de sorprendente es que Valve va a publicar toda la serie de Half-Life 2, Half-Life 2, Episode 1 y Episode 2, para la 360 y para PlayStation 3 en un único paquete. *Portal* y *Team Fortress 2* también estarán en la misma caja, preparando el camino para la distribución *online* de la tercera entrega. La sabiduría popular siempre ha defendido que los episodios no funcionan en las consolas, pero en Valve, como siempre, parecen más interesados en abrir nuevos caminos que en resolver viejas discusiones.



LA WEB DEL MES

Tras el brusco cierre de Shrine of Data, la exhaustiva página japonesa de cifras de ventas, los expertos de salón que quieran adornar sus disputas cualitativas con números precisos, han tenido que conformarse con hacer un refrito de datos de distintas fuentes, o, peor, inventarse disputas con sentido.

Por suerte para ellos, esta situación tiene los días contados con videogamecharts.com, una página de corte más occidental que pretende ofrecer en una sola página los datos de ventas de hardware desde su lanzamiento, la lista de los juegos estadounidenses más vendidos en la última década y el seguimiento del top ten semanal de Media Create, que evalúa las ventas de software japonés. Aunque todavía está tratando de ponerse al nivel de la cerrada Shrine, la carrera parece haber empezado, y ese gráfico que muestra los 100k de ventas de la Xbox 360 por delante de GameCube, ocho meses después de sus respectivos lanzamientos, seguro que sirve para apoyar la opinión de alguien, en algún lugar, en este mismo instante.




Site:
VideoGameCharts
URL:
http://videogamecharts.com







Junto a ***Half-Life 2: Episode 1*** (sobre estas líneas), el próximo lanzamiento para consola de ***Half-Life 2*** incluirá el esperado ***Team Fortress 2*** (arriba) y los principales episodios de la serie. ***TF2,*** que fue un juego multijugador sobre la crudeza de la guerra moderna, exhibe ahora un aspecto de dibujo animado, con escasas sombras.



"En el sorteo me tocó enfrentarme a un jugador israelí, y, como estamos en contra de la agresión israelí y la ocupación de Palestina, levanté la voz y dije que de ninguna manera iba a jugar contra ese tipo. Sé que voy a perder el título, pero estoy defendiendo nuestra causa".
Badr Hakeem, ganador de la pasada edición de la Electronics Sports World Cup, explica su decisión de retirarse de la competición de este año.

"Mark, estás como una cabra".
Jason Della Rocca, director de IGDA, hablando (o más bien gritando) al público durante la conferencia inaugural de Mark Rein sobre juegos por episodios.

"Si Sony no cambia su actual estrategia con la PS3, este sistema terminará probablemente en el tercer puesto en cuanto a instalaciones"
Los analistas de DFC Intelligence demuestran a lo largo de 600 páginas que últimamente no han hablado con muchos quinceañeros.

"Morirse ya no es un rollo... ¡es divertido!"
Los textos de la caja de Prey son tan cursis como los diálogos del juego, que promete ¡ENIGMAS ALUCINANTES que DESAFIARÁN TU INTELIGENCIA!

ENTREVISTA

De Camelot a Redwood

Mythic, la baza sorpresa de los juegos masivos multijugador, se ha incorporado a EA, y se ha llevado consigo a *Warhammer*

El director general de Mythic Entertainment, **Mark Jacobs,** lleva trabajando con RPGs *online* desde principios de los 80, aunque, para muchos, su título más reconocible será *Dark Age Of Camelot,* publicado en 2001. Después de *Camelot,* Mythic empezó la producción de un juego de ciencia ficción sobre el Imperio Romano, *Imperator,* al que luego dio carpetazo para dedicarse a *Warhammer Online: Age Of Reckoning* (el segundo intento de esta licencia de entrar en el campo del MMO, después de un intento fallido de Climax en el Reino Unido). Después de que EA comprase el juego y la empresa, EDGE habló con Jacobs durante la presentación a los medios que este distribuidor realizó en verano.

"Nadie va a creerme si digo: "¡Sabía que todo esto pasaría!" pero siempre creí en ello. Me encantaba competir *online,* y me parecía increíble que los demás no sintieran lo mismo"

Ha dicho que siempre creyó en el juego *online.* Ahora que tienen éxito, es fácil decirlo, pero ¿cómo lo hizo con veinte años de antelación?
Siempre he disfrutado con los juegos *online,* incluso entonces, y además –y, lo diga como lo diga, esto va a parecer una tontería– fui capaz de adivinar el futuro, viendo lo que podíamos hacer entonces y tratando de imaginar cómo sería todo en diez o veinte años. La verdad es que nunca pensé que costaría tanto tiempo como ha costado. Nadie va a creerme si digo: "¡Sabía que esto pasaría en el año 2001!" pero siempre creí en ello. Me encantaba competir *online,* y me parecía increíble que los demás no sintieran lo mismo.

El lento avance de los juegos masivos multijugador se ha debido seguramente al precio y a la accesibilidad de Internet, pero ¿piensa que la industria podría haber hecho algo más para hacer atractivo este género?
Sí podríamos haberlo hecho. EA fue uno de los pocos distribuidores que se arriesgaron a invertir dinero en *Ultima [Online].* Si esto lo hubieran hecho más empresas antes, este momento hubiera tardado menos en llegar. Pero no lo hicieron. Apareció *Meridian 59,* y luego no hubo nada de nada hasta que llegó *Ultima Online.* Hasta que no apareció *EverQuest* no había mucha gente en esto, porque incluso se consideraba que *Ultima Online* tenía éxito porque era *Ultima.*

¿Cómo lograron crear *Dark Age Of Camelot?*
Supliqué a todos los distribuidores que firmaran un contrato con nosotros, a todos y cada uno, y dijeron que no. Lo que nos permitió hacer *Camelot* fue mi oferta de vender el 33 por ciento de mi compañía a Abandon Entertainment, y, cuando pusieron el dinero, yo volví a acercarme a todos los distribuidores pidiéndoles un contrato (entre ellos EA, y más de una vez) y todos volvieron a negarse, hasta que llegó Vivendi. Mi negativa favorita me la dio una empresa (no diré el nombre, Disney, porque sería un insulto para ellos) con la que contactamos en busca de un socio europeo. Su vicepresidente me dijo con cara seria: "Pero Mark, ¿por qué van a querer jugar los europeos con *Dark Age Of Camelot?*" Había sido un día difícil, así que le contesté. "¿Es que no sabes que Camelot es un mito europeo?". Y nos quedamos sin contrato.

Al menos en lo esencial, *Imperator* parecía hecho para preparar el camino al éxito de *Camelot,* ¿qué impidió su desarrollo?
Imperator partía de una buena idea, pero empezó a írsenos de las manos, y eso fue responsabilidad mía. En el E3 gustó a la prensa, pero después no vi



Jacobs (sobre estas líneas) transmitió una imagen convincente de la reajustada dirección creativa de EA, disipando los temores de que Mythic desapareciera absorbida.

mucho entusiasmo. Mythic sobrevivió como empresa independiente 11 años y, una de las cosas que nos permitió sobrevivir fue no hacer ninguna tontería. No todos nuestros juegos fueron un éxito (claro que en el juego *online* un éxito tampoco significaba mucho entonces) pero lo que hunde a las independientes son esos juegos que nunca deberían haber hecho. Así que pensé: "Si me equivoco, y resulta que *Imperator* nos estalla, pondremos en peligro a *Warhammer, a* Mythic y a los empleados,' y no estaba dispuesto a hacerlo. Quiero volver a él con el tiempo, porque tiene cosas estupendas, pero aún no es un gran juego.

¿Se ha relanzado *Warhammer Online* gracias a las licencias de *Warhammer* para PC?
Me encanta el IP, y la gente de Games Workshop: tienen estilo, son jugadores entusiastas, les gusta lo que hacen. Muchas compañías controlan su IP con mano de hierro, pero en GW están dispuestos a hablar de ello contigo, porque, aunque controlen *Warhammer,* además, les gusta.

Warhammer lleva más de dos décadas en Estados Unidos, y creo que ahora ha llegado su momento. Cualquier IP tiene su duración, y las IPs de largo recorrido tienen varios momentos importantes: hace cinco años nadie hubiera pensado que *Lord Of The Rings* llegaría a ser tan popular, pero ocurrióporque era un gran producto. También puedes meterte a analizar porqué en este momento la gente es más sensible que antes al concepto del mal en el mundo, pero lo cierto es que era un gran producto. Así que ahora nos toca a nosotros hacer nuestro trabajo.

¿Le preocupa que algunos jugadores sientan que el mercado de MMO (el de los juegos en general) está saturado de *high fantasy?*
Creo que muchos jugadores miran los grandes juegos autónomos para consola y piensan: 'Me encantaría jugarlos en MMO', sin pensar cómo sería el juego. En este momento la *high fantasy*

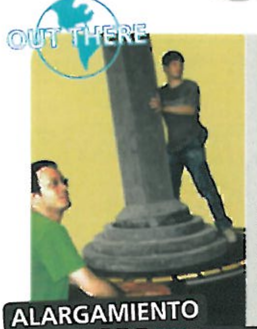
Blizzard ya ha abierto el camino artístico de Warhammer, pero el título de *Age Of Reckoning* se ha hecho valer. Habrá que ver si la habilidad de Mythic con los ejércitos iguala las posibilidades.

(bueno, la fantasía en general, pues Tolkien tradicionalmente es low fantasy) es más fácil de hacer y de entender, tanto para jugadores como para diseñadores. Ha llevado tiempo aprender las competencias fundamentales y dotar de variedad a todos los géneros de juegos, y en este momento, en el campo del MMO, hacerlo mejor no significa necesariamente ponerse a hacer algo más difícil.

¿Y cómo reaccionarán los jugadores a las adquisiciones de EA?
EA sabía lo que quería hacer con Mythic. No pensaban: 'Vamos a compraros y después ya veremos qué hacemos', sino que las dos partes sabíamos cómo encajar y hacia dónde nos dirigíamos. No quería que alguien nos comprara sin saber por qué lo hacía. He rechazado contratos con empresas que pagaban mucho más de lo que pagó EA, sólo porque nos gustaba su forma de pensar.

¿Han quedado atrás los días negros de EA *online*, con proyectos como *Ultima Worlds Online: Origin, The Sims Online* o *Majestic?*
La historia es buena consejera, y en EA saben que han cometido errores. Lo que realmente ha mejorado las cosas es que ahora ellos juegan mucho *online*. He hablado durante años con mucha gente que cree conocer el mercado, pero cuando les preguntas: "¿Y tú a qué juegas?" te dicen: "Ah, no, yo no juego a nada. Me dedico a investigar". Pero ¿qué tipo de investigación vas a hacer si ni siquiera juegas a nada?

OUT THERE





ALARGAMIENTO DE JOYSTICK

Nadie se acuerda de los jugadores solitarios. Por el contrario, todo parece apuntar a que es necesario el modo multijugador cooperativo. Con una idea que parece propia del escultor Claes Oldenburg, la artista Mary Flanagan convierte el juego colectivo en un esfuerzo de equipo con su SuperJoystick, una versión del Atari 2600 de 2,70 metros de altura. SuperJoystick ironiza sobre el aspecto físico del dispositivo de juego. Es una manera muy funcional de controlar los juegos retro. Sólo tienes que trepar por el mando y pulsar los botones, con la ayuda de más gente (cooperativo, sin duda). Puede considerarse un hermano mayor del pad gigante para la NES que apareció en el canal de televisión G4TV y una forma igual de absurda de reflexionar sobre cómo jugamos.

http://maryflanagan.com

God Of War II
PLATAFORMA: PS2 **DISTRIBUCIÓN:** SCEA



Parece el día siguiente a la batalla, con una acción que se cuece a fuego lento y escenarios llenos de niebla, pero no logra estropear una segunda parte que se mueve tan bien y piensa a lo grande.

Ridge Racers 2
PLATAFORMA: PSP **DISTRIBUCIÓN:** NAMCO BANDAI



Un mejorado motor 3D da vida a la época de pistas asesinas de PlayStation, con un total de 42 pistas incluyendo las de *Rage Racer* y *Type 4*. Con nuevos modos: Arcade, Duelo y Supervivencia.

Red Steel
PLATAFORMA: Wii **DISTRIBUCIÓN:** UBISOFT



Tras casi morir en un duelo de espadas en el E3, el título de lanzamiento de Ubisoft estará de nuevo sobre la mesa de dibujo durante unos meses para intentar mejorar el uso del mando.

Small Arms
PLATAFORMA: 360 **DISTRIBUCIÓN:** MICROSOFT



De los desarrolladores de *Fuzzy Fever*, Gastronaut, XBLA toma su *Smash Brothers Meleé*, y el primer Logro viral: el que comienza con el creador del juego y se transmite por juego *online*.

Trusty Bell: Dream Of Chopin
PLATAFORMA: 360 **DISTRIBUCIÓN:** BANDAI NAMCO



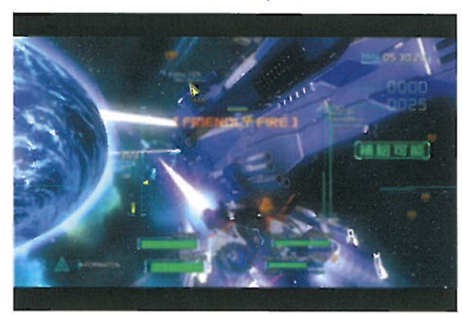
Interesante por muchas cosas: por ser un JRPG para la 360, por la puntuación de Stanislav Bunin, por su premisa poco convencional, y por llevar los dibujos de la 360 en una dirección carismática.

LA Noire
PLATAFORMA: PS3 **DISTRIBUCIÓN:** SONY



Guión y dibujos preocupan en un juego que ha presumido de tener técnicas de nueva generación. ¿Podrá alejar a Team Bondi de su demanda por infamia (*The Getaway*) un gran presupuesto?

Project Sylph
PLATAFORMA: 360 **DISTRIBUCIÓN:** SQUARE ENIX



Parece haber incluso más teatro en la presentación del sucesor de *Silpheed* de GameArts que en las propias escenas, con cientos de enemigos en pantalla para darle un toque "nueva generación".

Mutant Storm Empire
PLATAFORMA: 360 **DISTRIBUCIÓN:** MICROSOFT

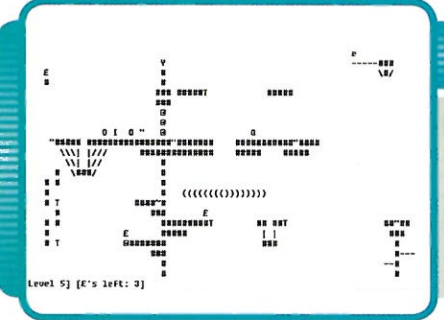


Ampliando su ambicioso repertorio genético para incluir jefes más grandes y elaborados, *Empire* se reestructura en mundos temáticos conectados por puertas, cada uno de ellos distinto.

Fatal Inertia
PLATAFORMA: PS3 **DISTRIBUCIÓN:** KOEI



Destinado a ser uno de esos títulos que acompañe a la PS3 el día de su salida, este clon de *Quantum Redshift* continúa alarmando con su paso lento y sus vehículos ligeros e inconsistentes.



EL JUEGO DEL MES EN INTERNET
Super Serif Brothers

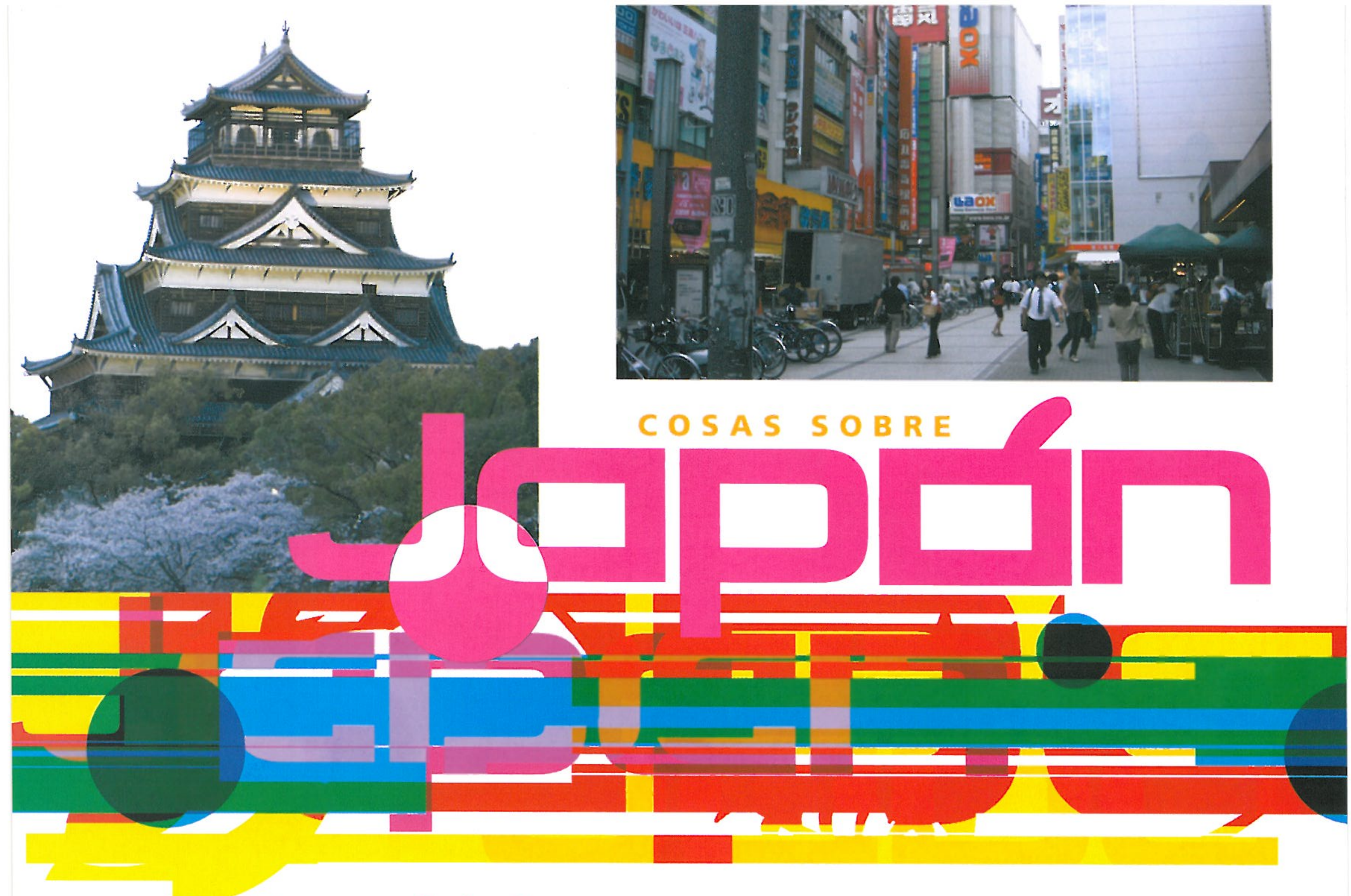
http://www.foon.co.uk/farcade/ssb/

Así como *NetHack* se convirtió en plataformas o el *Rogue Runner* en recolector de monedas, lo último de Foon, creadores de la serie *Hapland*, es un ejercicio de exploración en ASCII.

Tal y como cabía esperar, los personajes en el mundo de *Super Serif* representan un objeto único con el que se puede interactuar, pero la vuelta de tuerca es que, aparte de recaudar libras y abrirte camino hacia la salida E, el entender el resto, léase las instrucciones, "depende de tí." Un editor de niveles permite una experimentación más abierta y, como es texto simple, es tan fácil crear un nivel como teclearlo en la caja proporcionada o cortarlo y pegarlo desde tu editor de texto, y podrás guardarlos en el Nivel Pit para que los pueda jugar y calificar una comunidad de jugadores más grande.

Aunque no es tan físico ni reactivo como la también minimalista *N* de Metanet, *SSB* procura una libertad de creación excepcional y algunos puzzles preparados con muy mala leche, además de ser un buen añadido a la creciente lista de Foon de juegos basados en navegadores.


XBOX 360



COSAS SOBRE

Japón

¿Es Japón tan caro como lo pintan?

Nacho Ortiz, jefe de redacción de la revista electrónica MeriStation.com

Cuando leas esta columna estaré en Japón, en uno de los Tokyo Game Show más interesantes de los últimos años a pesar de la enésima ausencia de Nintendo sobre el Makuhari Messe. El bautismo de una PlayStation 3 jugable antes de su debut en el mercado el próximo noviembre se antoja decisivo. ¿Podrá la tercera criatura de Kutaragi convencer a unos compatriotas que de momento parecen tener ojos sólo para la Wii?

Gozar del privilegio de visitar la capital japonesa siempre supone la oportunidad de hacer multitud de cosas más allá de asistir a su feria más internacional. Visitar zonas turísticas, museos, lugares de culto, barrios de moda, discotecas, restaurantes exóticos y, cómo no, tiendas de videojuegos, *anime* o *manga*. Puede que parezca que todo ello nos queda muy lejos a los españoles, pero quiero derribar uno de los mitos que más *otakus* y jugones disuade de visitar el país del sol naciente: los precios.

Aunque Tokio es una ciudad cara, es equiparable a Londres, París o Roma y, siendo precavidos, los gastos pueden reducirse mucho. Lo que resulta insalvable son los 700-800 euros que costará el billete de avión, pero en el alojamiento se pueden encontrar opciones muy económicas. Existen hoteles concertados por el gobierno japonés, tradicionales y modestos, llamados *ryokan*. Huyen de la ostentación y de las atenciones excesivas de los hoteles de estilo occidental, pero una noche en el *ryokan* Edoya –situado en pleno corazón de Tokio, cerca de Akiba– cuesta 7.150¥ (48€), mientras que en el hotel New Otani el coste de la habitación más barata se dispara hasta los 36,000¥ (240€) por día.

Las tiendas más modestas de Akihabara suelen ser las mejores, auténticos paraísos retro a precio de saldo. Se encuentran escondidas dentro de edificios como lugares particulares

Comer no resulta más caro que en España. Entre 1,000 y 2,000¥, dependiendo del menú: tradicionales sushi-bar, ternera con arroz a lo gyudon, tempura, ramen, sukiyaki o cadenas extranjeras como McDonalds o los italianos Pronto. También están en las tiendas 24 horas y Conbini, con deliciosas bandejas con carne, pescado y arroz. A medida que pasan las horas, las bandejas se rebajan –llegando a costar 600¥–, ya que al cierre del establecimiento todo lo que no se vende se tira.

Donde Tokio resulta cara, carísima, es en el transporte, que por otra parte es indispensable. Un billete sencillo de metro cuesta cerca de 200¥, y es válido sólo para una distancia determinada. Si te pasas del número de estaciones, pagas la diferencia. El JR –Japan Rail– es igual de importante, ya que las redes se complementan. Existe un bono para los trenes de esta compañía, aunque resulta prohibitivo –7 días, 37.900 yenes– y sólo se recomienda para aquellos que no paren ni un instante.

En cuanto a visitas interesantes, la ciudad ofrece infinitas posibilidades. La primera parada de cualquier aficionado a los videojuegos debe ser Akihabara, el barrio tecnológico, plagado de tiendas de diversa índole. Desde grandes franquicias como Bic camera, Yodobashi y Laox o las famosas Sofmap o Akky, a otras parecidas a un puesto ambulante, sin olvidarse de las más modestas, que suelen ser las mejores, auténticos paraísos retro a precio de saldo. Se encuentran escondidas dentro de edificios como lugares particulares, totalmente invisibles para los ojos del gaijin. Superpotato, difí-







No todo es tan caro como pueda parecer. Los largos brazos de la M de MacDonalds también han llegado a los paladares nipones. Para los amantes de la comida autóctona, puede ser una buena y barata opción recurrir a una tienda 24 horas o un conbini, donde puedes comer a precios diferentes, según la hora del día a la que acudas al local.





cil aunque no imposible de localizar, es todo un santuario de SNES, Saturn, Neo Geo, Turbo Duo y otro material *vintage*.

El barrio de Shibuya alberga centros comerciales de marcado estilo occidental; es una zona siempre en movimiento, tanto por la afluencia constante y masiva de gente como por los eventos especiales que allí se suceden cada día: presentación de discos, películas, videojuegos y cualquier producto de consumo. Cuando cae la noche, Roppongi es la elección. A pesar de sus exclusivos edificios –Hideo Kojima tiene allí su oficina–, alberga discotecas con una importante mezcla racial y musical.

Uno no puede marcharse de Japón sin haber visitado lugares tan populares como la Tokyo Tower, el museo Ghibli, el monte Fuji, Kyoto –a sólo dos horas en el tren bala Shinkasen– con sus árboles de sakura y la sede de Nintendo, un templo sintoísta, el Buda de Nara o el Museo Imperial con sus jardines y la katana del Emperador. Japón es un país de contrastes, con la tradición más respetuosa entremezclada con la vanguardia tecnológica, algo cautivador y de cuya visita nadie debería privarse. Al menos, nadie que pueda permitirse invertir 1.200 euros en un viaje de una semana.



El barrio tecnológico es parada obligatoria para cualquier amante de videojuegos. Todo un paraíso para los amantes de cualquier tipo de diversión electrónica, con lo último en máquinas recreativas, pero donde también puedes encontrar cualquier título retro.

Lo más

El futuro del entretenimiento electrónico

Los + buscados de **Edge**

Tony Hawk's Project 8



Las perspectivas de reinventarse en lugar de revisarse (incluso después de todo este tiempo, sí) son encantadoras. ¿Se graduarán sus ideas en todos los formatos?
PS2, PS3, PSP, XBOX, 360, ACTIVISION

Lego Star Wars II: The Original Trilogy



Desde el original, ha pasado un periodo de transición a la próxima generación donde las consolas han tenido que sacar pecho. Repetimos caras felices y juego sin estrés.
MULTI, LUCASARTS

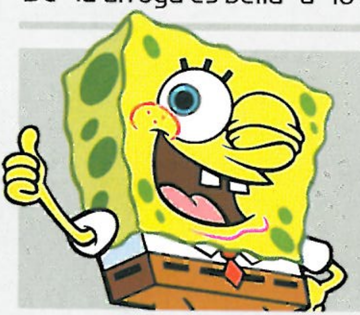
The Club



Las muertes de Bizarre Creations parecen el antídoto ideal para las prostitutas de tribuna y el aburrido follaje del género FPS. ¿Podríamos tener a Cone Challenges, por favor?
PS3, 360, SEGA

FeoBonito

De "la arruga es bella" a "lo raro mola"



Bob Esponja, sobre el papel, carece por completo de atractivo, pero su gran éxito comercial prueba que los personajes que no son tan convencionales gustan tanto a los niños como a los adultos. ¿Por qué no utilizarán los videojuegos la misma táctica?

Nintendo está dedicando todo un juego a la insaciable sed de cochinas rupias de Tingle (el Jar-Jar Binks de *Zelda),* que va a tener su propio juego: *Tingle Rpg*. Pero lo peor no es eso, no; lo desagradable son los dibujos: ni sonrisas de querubines, ni colores monos (ni siquiera los abiertos encantos que te puedes encontrar en *Pikmin*). Todo lo contrario: colores marcados, sin matices, y chillones perfilan el gordo rostro de uno de los hijos tontos menos apreciados de la industria; su hinchada nariz roja hace que sus ojos abiertos como platos parezcan lascivos. Es diametralmente lo opuesto a la guía Disney de personajes bonitos: orejas grandes, nariz grande y frente pequeña. Trasero respingón y ojos juntos. ¿Es que acaso Nintendo ha perdido el norte?

Por supuesto que no. Es más, es tan sólo más de lo que ya se hizo con la reinvención de Wario. Los nuevos dibujos de Tingle tienen una energía e identidad que dista mucho del diseño más conservador de personajes de los videojuegos. Y le viene muy bien a una moda que éstos parecen ignorar. Basta con hacer zapping por canales como Cartoon Network o Niktoons para encontrar una lista de inadaptados deformes, trastornados e inquietantes. Pero estos personajes no son marginados rechazados por todos, son un éxito comercial en toda regla. Desde Ren y Stimpy, los animadores se han dado cuenta paulatinamente del hecho de que el mundo entero adora a los *frikis*.

En los juegos, por supuesto, ya hay unos cuantos abanderados del amor feo. *Elebits,* otro de los juegos japoneses que está en proceso de desarrollo, es también parte de esta tendencia. Pero, en general, se trata de algo de lo que aún no nos estamos beneficiando, que los gustos de los jugadores sean más restringidos que los del público mayoritario. Y es algo en lo que, sorprendentemente, los animadores occidentales están menos dispuestos a ceder que sus colegas orientales; una extraña contradicción, puesto que siempre han sido los occidentales los que de vez en cuando se han desmarcado con su peculiar visión de las cosas.

Lo más interesante, puede que sea esta la respuesta a por qué aún no se ha creado otro icono que iguale a Mario, Sonic o Lara. Quizá haga falta un dibujo descaradamente feo y una ejecución insolentemente inepta para atraer la atención del mundo otra vez.

PLATAFORMA: **360, PS2, PS3, PSP, Wii**
DISTRIBUCIÓN: **ACTIVISION**
ESTUDIO: **TREYARCH**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **NOVIEMBRE 2006, SIN CONFIRMAR PARA Wii**

Call Of Duty 3

Treyarch moviliza a *Call of Duty* a través del barro normando para lanzar un ataque decisivo sobre los *shooters* para consola



El modo multijugador –de momento confirmado sólo para PS3 y 360– tendrá un tope de 24 usuarios, nuevos modos de juego y vehículos para varios ocupantes. Treyarch parece haberse dado cuenta que la oferta competitiva de *Call of Duty 2* se quedó corta, y tiene a todo un equipo dedicándose a ello.









Esta simple refriega recuerda a las peleas a cuchillos de *Resident Evil 4;* pero han prometido escenas más elaboradas, como desactivar una bomba o abrir un tanque alemán para lanzar una granada dentro.

Call of Duty, el éxito para PC de Infinity Ward en 2003, engendró una serie de retoños para consola cada vez con más éxitos, hasta que el título apareció el año pasado sobrepasó todas las previsiones, convirtiendo a la versión para 360 en el *shooter* en primera persona más importante de la plataforma. Eso proporcionó un impulso tremendo a la serie, y Activision se está dando prisa a la hora de reunir recursos para lanzar un ataque conjunto. *Call of Duty 3* tiene un desarrollador (Treyarch, el solvente equipo interno que hizo *Spider-Man* y *Call of Duty 2: Big Red One)*, un escenario (la ofensiva aliada en Normandía en el verano de 1944) y, en un antipático gesto hacia sus orígenes, es exclusivo para consolas. La intención es repetir éxito con el lanzamiento para PS3. *Call of Duty 3* parece una de las apuestas más seguras de un catálogo de lanzamiento aún incierto.

Ya nos habíamos pateado antes la playa de Omaha, pero *Call of Duty 3* se concentra en la posterior campaña de dos meses, la más sangrienta de toda la guerra, justo hasta la liberación de París, y con un enfoque atronador y cinemático. Los momentos culminantes inicial y final son la entrada aliada en la destruida ciudad de Saint-Lô y la batalla decisiva por la bolsa de Falaise. Asumirás el papel de un soldado de infantería del Ejército de los EE.UU., un oficial de la S.A.S. británica, un miembro de la infantería mecanizada canadiense y el comandante de un tanque polaco. Estos protagonistas ofrecerán distintos estilos de juego y maneras diferentes de entender el honor militar en cada país.

El constante ataque a tus sentidos de los bombardeos aéreos resulta casi excesivo, pero los efectos de acercamiento cuando ves un arma son tremendamente convincentes

Si Treyarch está aportándo algo al juego, es una proximidad total: al enemigo, a las explosiones, al arma de tus manos. Una demostración del asalto estadounidense a Saint-Lô muestra una atmósfera impresionante, opresiva y claustrofóbica, que empieza con el espeluznante disparo a la cabeza de uno de tus compañeros, a centímetros de tu cabeza, mientras intentas recuperar la conciencia tras una explosión, y continúa con un ataque hostigante por un cementerio, con los alemanes rodeándote a muy corta distancia. El constante ataque a tus sentidos de los bombardeos aéreos resulta casi excesivo, pero el elegante desenfoque de la profundidad de campo y los efectos de acercamiento cuando ves un arma son tremendamente convincentes, y el diseño de niveles se ajusta a la esencia lineal de *Call of Duty.*

Los programadores aseguran que habrá más control durante las secciones sobre vehí-



La vista para apuntar tiene una tremenda autenticidad táctil: un sutil desenfoque alrededor de tu objetivo provoca una mejor sensación de distancia que otros juegos.







Call of Duty 2 se tomaba interés por el humo, y su continuación se obsesiona con él. Su fenomenal motor de partículas lo destaca: es lo bastante sensible al movimiento del viento como para que puedas abrir el aire denso creado por las granadas de humo utilizando una explosión.



Horizontes escaneados

Con un presupuesto (supuestamente) generoso pero unas fechas límite cortas, Treyarch ha recurrido a toda la tecnología disponible. Se usó captura de movimientos "integrada" de actores para conseguir mejores interpretaciones en poco tiempo para las escenas de vídeo que esconden los tiempos de carga. Muchos elementos, como las armas, los tanques y los uniformes, se crearon a partir de modelos escaneando objetos reales con tecnología desarrollada por la NASA para revisar los transbordadores espaciales. Dada la capacidad de detalle de las nuevas consolas, es de esperar que otros proyectos opten por usar modelos reales que se ajusten a esta técnica.

culos, bifurcaciones y persistencia de la acción sobre el entorno (restos, huellas sobre la hierba), lo que abre interesantes posibilidades multijugador. Pero lo dicen con la boca pequeña. El principal añadido de Treyarch a la plantilla de *Call of Duty* es en los acontecimientos cinemáticos, impactantes y con un guión férreo: las "Battle Actions", un sistema al estilo Quick Time Event (QTE) para el combate cuerpo a cuerpo. El sencillo ejemplo mostrado (en el que tienes que luchar contra un soldado enemigo que arremete contra ti desde un portal) no deja atrás la primera persona pero, aun así, resulta algo discordante. Y es que estos momentos deberían estar totalmente integrados en el juego y contar con un ritmo bien coordinado para funcionar correctamente. Además, suponen una oportunidad ideal para usar los sensores de movimiento del mando de PS3, pero Activision aún no puede confirmar ni negar dichos planes, ni cualquier cosa que distinga a esta versión de la de 360.

No hace falta decir que la Wii requerirá una conversión mucho más cuidadosa, aunque todavía se sabe poco al respecto, aparte de que se ha prometido un juego a su medida. Treyarch se está tomando su tiempo para integrar la calidad gráfica, configurar los controles (incluyendo la capacidad de intensificar esas escenas de combate cuerpo a cuerpo) y adaptar el contenido a esta consola. Será fiel al espíritu, si bien no a la letra, del juego para 360 y PS3 –lo mismo que ocurrirá con la versión para PS2– y se unirá a ellos algo más tarde, el año que viene. Parece que Activision se toma en serio el debut de tan importante franquicia en la nueva máquina de Nintendo. Más en serio, imaginamos, que el juego para PSP; siguiendo la tendencia a la baja de los lanzamientos multiplataforma para la portátil de Sony, se está desarrollando por separado y no se sabe nada acerca de él.

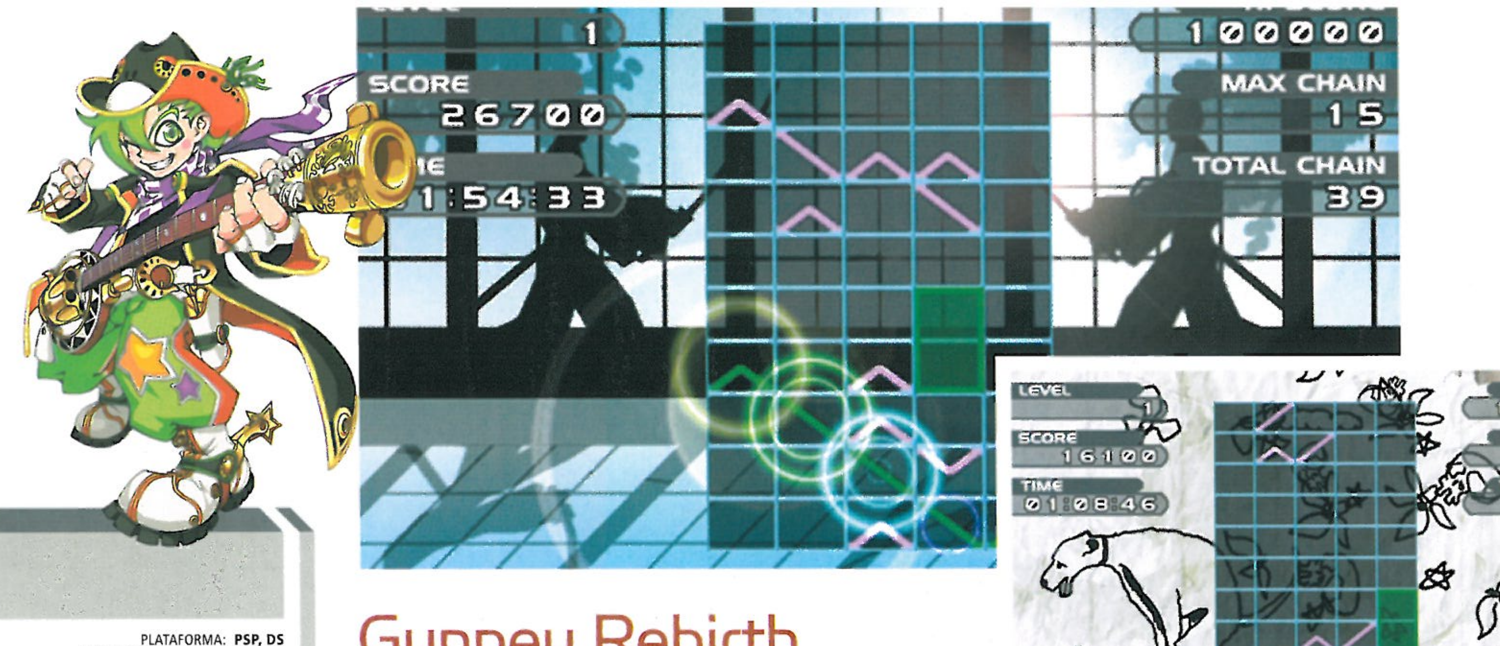
Dejando esa versión a un lado, todo apunta a que *Call of Duty 3* será otra sólida historia bélica bien documentada, que se beneficiará de un enfoque de fidelidad histórica que aportará valor y profundidad a su retrato de la guerra. Los únicos con razones para quejarse serán, sin duda, los *fans* de los *shooters* para PC, que ahora podrán tachar a *Call of Duty,* y ponerla justo debajo de *Far Cry,* de la lista de éxitos peceros que han desertado de su origen.







Que el nombre y el rango de un compañero aparezcan en pantalla cuando les miras es un truquillo que añade sentimentalismo, pero debes luchar solo en esta batalla, aunque estés rodeado de compatriotas.



PLATAFORMA: **PSP, DS**
DISTRIBUCIÓN: **NAMCO BANDAI**
ESTUDIO: **Q ENTERTAINMENT**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **OTOÑO 2006**

Gunpey Rebirth

Después de revitalizar los puzzles de bloques con *Lumines* y *Meteos*, ¿qué hará Q con un baile de líneas?



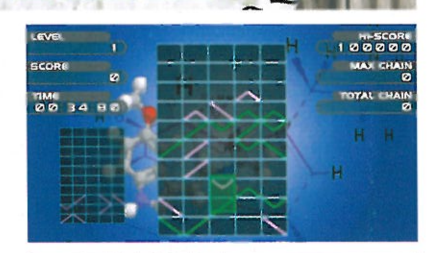
La idea de coincidir líneas de *Rebirth* no es nueva: debutó en la portátil WonderSwan, en 1999. *Gunpey* recibió su nombre en honor del creador de la consola Gunpei Yokoi, que murió en 1997.

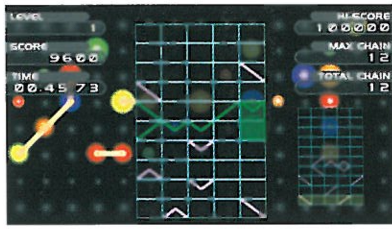
Con la aparición de *Ninety-Nine Nights,* Q Entertainment demostró su intención de dejar un lado los títulos estilosos y empezar a moverse en un terreno más tradicional del desarrollo de videojuegos. Pero, como sus coloridos juegos de puzzles han comenzado a acaparar el mercado y a crearse un hueco (está trabajando en secuelas –*Lumines 2/Live*– y un spin-off franquiciado –*Meteos: Disney Edition*–), no es una sorpresa que lance otro ejemplo de género, en esta ocasión la continuación de un tributo póstumo al diseñador de la Game Boy de Nintendo, Gunpei Yokoi.

Lo que no significa, claro, que malvendan el estilo (mejor dicho, estilos: ver más abajo) y la estructura de *Gunpey Rebirth* para aumentar los beneficios, sino para regular la expectación creada. Líneas angulosas suben por la pantalla a través de una rejilla cuyos recuadros pueden moverse para conectar las líneas, con el objetivo de crear un camino continuo a través de las cinco columnas de anchura, antes de que una línea incompleta llegue arriba del todo y el juego termine.

Aunque la idea es común a las versiones de DS y PSP, hay una gruesa línea divisoria entre el estilo de las dos, con una diferencia visual aún más notable que la que hay entre la nitidez medida y fría de *Lumines* y la calidez y la violencia de las demoliciones de *Meteos.* Algo visible al instante en los respectivos logos del juego: *Gunpey DS* es una efervescente explosión de colores alegres y con héroes aniñados que llevan banjos, sombreros cantosos y guitarras rosas con dibujos atigrados. En cambio, *Gunpey PSP* es más artístico, una colección de temas que dibujan una personalidad general en cuanto a estilo en aras del propio estilo, sin recurrir a caras alegres y extravagantes instrumentos musicales.

Unido a la distintiva habilidad de Q para la integración de los efectos de sonido y la música, no hay razón para pensar en ambos como nada más que un encargo ejecutado con elegancia que esperamos perpetúe (si no es que se basa en ella) la fascinante y estimulante cualidad hipnótica de sus anteriores juegos de puzzles, poco publicitados pero muy bien acogidos por el público.

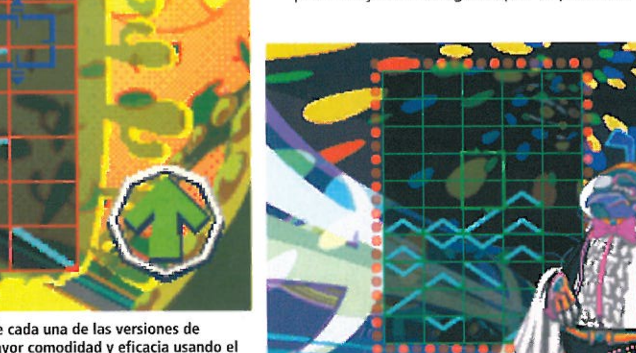




Los fondos de la versión PSP (hay un total de 40 a elegir) tienen más animaciones que los de *Lumines.* Aunque reciben nombres como Dice, The Afroman in Friday's Café o 9Lazy Kangaroo, es difícil no hacer comparaciones con el mencionado juego de puzzles.



No está claro si habrá alguna concesión en los sistemas de control de cada una de las versiones de *Gunpey Rebirth.* El juego para DS seguramente podrá jugarse con mayor comodidad y eficacia usando el puntero, pero todo parece indicar que es un juego de puzzles que no exige demasiado al usuario.

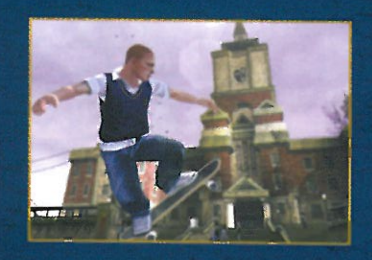
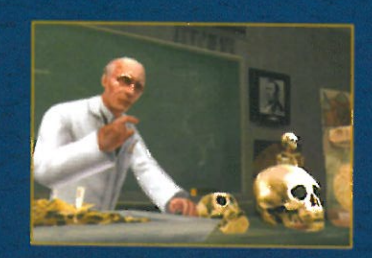




ROCKSTAR GAMES
PRESENTA



OCTUBRE 2006



WWW.CANISCANEMEDIT-ELJUEGO.COM



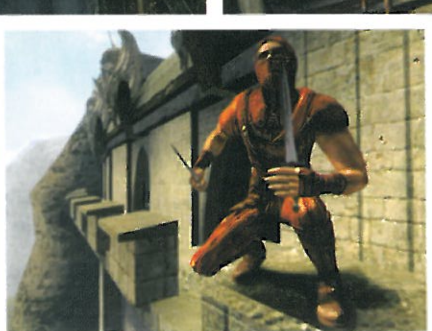





Dark Messiah of Might and Magic

Arkane y Kuju te enseñan a moverte por el mundo de la espada y la brujería





La perspectiva en primera persona añade un aspecto extrañamente gulliveriano a tus actos; no hay más que ver la enorme naturaleza de muchas de las estructuras (y monstruos) que aparecen en pantalla. Los escenarios son ricos en detalles, pero no son imaginativos en exceso.

PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **UBISOFT**
ESTUDIO: **ARKANE STUDIOS/ KUJU SURREY**
ORIGEN: **FRANCIA/REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **OCTUBRE 2006**



Mesías de la luz y la oscuridad

El título de Ubisoft da un pictórico nivel de atención a la interacción entre la luz y la oscuridad. El mundo exterior luce requemado por un sol abrasador, mientras en los interiores la atmósfera es fríamente opresiva: ambos extremos reflejan tu vulnerabilidad. Pero todo tiene su función: el efecto de claroscuro de los contrastes obliga al jugador a percibir muy bien dónde está en cada momento, algo crucial para evitar muchas de las trampas de los diseñadores.

Tener a dos desarrolladores trabajando en lados distintos del Canal de la Mancha parece la mejor forma de conseguir un juego con personalidad dividida; sin embargo, *Dark Messiah of Might and Magic* sa salido coherente. Mientras Arkane Studios, en Lyon, se encarga de la campaña para un jugador, Kuju Surrey ha trabajado en el modo multijugador. Pero ambos equipos tienen el mismo objetivo: hacer de la estrategia una parte central de la acción.

Sólo hay que echar un rápido vistazo al modo para un jugador. Un pueblo duerme: espesas nubes nocturnas llenan el cielo, y las ventanas ámbar de una iglesia brillan amenazadoramente en la distancia. Empiezas en una callejuela cubierta de musgo y debes quitarte de encima a un ejército de enemigos. Abrirse paso a lo bestia, lanzando hechizos en todas direcciones, sólo sirve para que te venzan de inmediato. Para ganar debes usar la inteligencia: primero evalúas la situación escondido desde una posición ventajosa, después lanzas unas flechas rápidas y, sólo entonces, bajas para eliminar a los rezagados. Conviene fijarse en el entorno, por si puedes ahorrarte trabajo disparando a las plataformas que sostienen a los enemigos o quemando pilares para derruir los tejados. Aunque algunos elementos tienen un comportamiento preestablecido, es innegable el atractivo de la apuesta del desarrollador de tratar cada batalla como un puzzle.

El modo multijugador, influido por Battlefield, destaca lo mismo pero lo incluye de otra manera. Las clases de personaje, ausentes para un jugador, obligan a los equipos a pensar en el uso estratégico de los usuarios individuales. Hay cinco clases diferentes (sacerdotisas, magos, arqueros, asesinos y guerreros, cada uno con un tipo de ataque) que se interrelacionan bien, lo que asegura que el éxito se base tanto en conseguir un equipo equilibrado como en asegurarse de que las flechas vayan en línea recta.

El centro del modo multijugador es Crusade, que en esencia es una minicampaña repartida entre cinco mapeados, en el que la victoria significa pasar al siguiente mapa, y la derrota, retroceder al anterior. Estos mapeados son tan detallados y atractivos como los entornos para un jugador, y las batallas ofrecen una tensión frenética, al estar basadas en la búsqueda continua de posiciones antes de poder ocuparse del enemigo. Además de los Deatchmatch, Crusade ofrece múltiples oportunidades de resaltar los sólidos logros del juego en el combate cuerpo a cuerpo en primera persona.

Con su lanzamiento a la vuelta de la esquina, *Dark Messiah* sigue mostrando una coherencia admirable, un mérito que hay que reconocerle, pese a estar realizado por dos desarrolladores distintos. Aunque los elementos de exploración libre resultan demasiado cuadriculados como para permitir auténtica improvisación, el juego aún está progresando para llegar a ser una montaña rusa atractiva y atmosférica, independientemente del número de jugadores implicados.

Aunque el juego a veces es puro *Thief* (tampoco sorprende, al estar implicado Randy Smith), el gameplay recuerda al gemelo de la serie, *Deus Ex*, con trucos ambientales que la convierten en una aventura relativamente controlada.





El modo multijugador permite que 32 usuarios batallen en cinco mapas, divididos en equipos de humanos o muertos vivientes. Puedes ganar experiencia y subir de nivel en cualquier momento.





Dead Rising

Ya es temporada de caza en Capcom, con toneladas de carne. La oferta del día es el exterminio de zombis

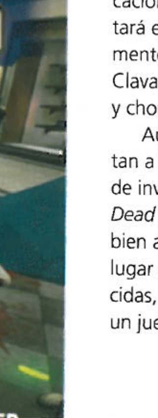
PLATAFORMA: **360**
DISTRIBUCIÓN: **EA**
PRODUCCIÓN: **CAPCOM**
ESTUDIO: **CAPCOM**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **YA A LA VENTA**

Desde una escalofriante pantalla inicial digna de las visiones de Romero de los muertos vivientes, pasas a un corto viaje en helicóptero sobre la ciudad de Willamette para asistir a la tradicional masacre zombi que empieza a diezmar brutalmente a su población. Es una corta oportunidad para familiarizarte con la cámara del reportero gráfico y personaje principal, Frank West (además de con la promesa de Dead Rising de ofrecer ingentes cantidades de muertes), antes de que te dejen en el helipuerto del centro comercial Parkview Mall. Es en ese preciso instante cuando comienza la ya legendaria libertad de *Dead Rising*.



Abajo: En todo zombi se esconde un parásito, y en cada "rebaño" de muertos vivientes hay una reina parásito. Esto puede salvarte, ya que aplastar a la reina hace que todos los enemigos cercanos pierdan las cabezas.





Ante Frank está el camino de miguitas de la historia del juego, pero sobre todo puede dar rienda suelta a una orgía de violencia, escarbando en un sensacional equipo de armas. A Frank se le asignan objetivos en forma de Scoop Events, que normalmente son una de tres cosas: una búsqueda relacionada con la trama, un superviviente situado en algún lugar del centro comercial o alguien de un grupo de psicópatas. Éstos son humanos dementes y desmadrados, compuestos por una serie de maníacos hábilmente modelados, a menudo terroríficos, que encabezan los enfrentamientos con minijefes.

Esa orgía de violencia inevitable acentúa lo que más se ha comentado de este título: que tiene un ojo fantástico para la violencia bullanguera y los chistes desenfrenados. Las cabezas aplastadas dejan escapar fuentes de sangre, y los "¡plafs!" de los zombis cayéndose por las escaleras o desde las plataformas más altas resultan aún más divertidos de lo que cabía esperar. Blandir una sombrilla en medio de un tumulto produce todo tipo de ruidos galopantes, mientras que encontrar un sable inicia uno de los pincha y corta más memorables del mercado: desde la perspectiva de un juego con libertad de acción, este juego es tanto el terreno de juego de un carnicero como un centro comercial infestado.





Para conseguir experiencia es mejor guiar a la gente a una zona segura que rebanar cuellos zombis. Entre las habilidades que puedes desarrollar está surfear sobre las masas o aprender llaves para zafarse de los abrazos.

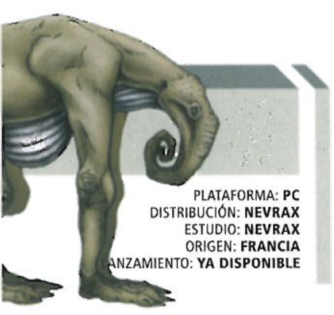
El bate de béisbol es efectivo como garrote, pero si mantienes el botón de ataque, Frank se pone en posición de batear, preparado para conseguir un *home run* a costa de una cabeza y arañar unos puntitos de bonificación. Si chutas una pelota de fútbol, rebotará entre los cadáveres, lo que potencialmente puede darte un combo de muertes. Clava una alcachofa de ducha en una cabeza y chorreará sangre por sus orificios.

Aunque los errores del juego también saltan a la vista con rapidez –como el sistema de inventario, algo complicado de manejar–, *Dead Rising* cuenta con un tono global muy bien ajustado, y supone una progresión en lugar de ser una reiteración de ideas establecidas, lo que le permite seguir siendo un juego prometedor.



Flash cordón

Las secciones fotográficas del juego se utilizan para acumular puntos de experiencia del jugador, que sirven para conseguir mejoras y una ampliación de habilidades, lo que es más bien poco interesante. Pero, detrás de ello, y como en el resto de *Dead Rising*, hay detalles entretenidos y muy bien realizados. A cada fotografía que haga el jugador se le atribuye un género –terror, brutalidad, comedia/toma falsa, drama e incluso erotismo–, con círculos de distinto tamaño indicando el valor de cada elemento del plano. Se puede encontrar un libro que revela la condición de las oportunidades fotográficas de los alrededores, sacando a la luz todo el esfuerzo aplicado en este aspecto.



PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **NEVRAX**
ESTUDIO: **NEVRAX**
ORIGEN: **FRANCIA**
ANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Ryzom Ring

La primera expansión de Ryzom convierte al jugador en creador

Puedes ajustar la apariencia de los PNJs mediante la ventana desplegable, con una cantidad de opciones enorme, sin llegar a ser asombrosa; cambiar la piel, altura y casi cualquier parte de la cara o el cuerpo.





Haciendo caminos

Puedes agrupar PNJs y monstruos para que actúen como una unidad. Incluso puedes conseguir que sigan los caminos, que están indicados con flechas, o decidirte por delimitar ciertas zonas en las que vaguen aleatoriamente. Para crear los guiones dispones de un enorme abanico de opciones para los movimientos de estos personajes, como hacerlos caminar o correr, o controlar el comportamiento de la inteligencia Artificial y dictar cómo reaccionarán ante objetos.

Con su plan a 15 años y su mundo en constante evolución, *The Saga of Ryzom* siempre ha intentado distanciarse del campo monopolizado por *WarCraft* en los MMO. A pesar de contar con una beta mediocre y tener que luchar para conseguir suscriptores, el título de Nevrax tiene un buen puñado de seguidores y sigue haciendo fascinantes elecciones, como *Ryzom Ring*. Esta primera expansión, disponible gratis para suscriptores, tiene el primer editor de contenido abierto del género, lo que permite crear y controlar escenarios *on-line*.

Es una decisión valiente. Al dar a los usuarios las llaves del reino existe el peligro de que escojan pegarle fuego. Así que el desarrollador ha priorizado el equilibrio entre la libertad del jugador y mantener la integridad del mundo consolidado. *Ryzom Ring* no permite la creación de terrenos; los jugadores deben escoger entre una variada gama de mapeados. En dichos espacios pueden colocar objetos (edificios, PNJs, monstruos e incluso flora y fauna), generar eventos y crear misiones. Todos los elementos se escogen de menús, y los diálogos se escriben y asignan a los PNJs con unos pocos clics.

Las herramientas parecen muy accesibles: el sistema de "arrastrar y soltar" permite una gran inmediatez, y aprendes a usarlo en unos segundos. Aun así, son muy completas: puedes modificar casi cualquier faceta, y es posible crear grandes argumentos, de varios actos, distribuidos por diferentes mapeados. Está claro que la propia Nevrax va a usar *Ring* para crear nuevos contenidos.

Los desarrolladores aseguran que se puede tardar un día en construir un guión medianamente sólido, y otro día más en probarlo. Entonces pueden ponerse al alcance de cualquiera como regiones *on-line*. Aunque seguramente Nevrax limitará el alcance del juego mediante algún sistema de control o ciertos controles de calidad, *Ryzom Ring* se está desarrollando como una herramienta extremadamente accesible. Además, le ha dado a Nevrax algo que nadie más en el mundo de los multijugadores masivos *on-line* tiene, a pesar de que un editor de contenidos pueda parecer una forma poco atractiva de atraer a los jugadores novatos hacia el género.

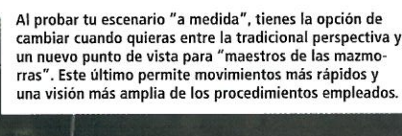
Lo que ya es más difícil de juzgar es el efecto que un conjunto de herramientas tan potente tendrá sobre la comunidad de multijugadores masivos. Si las misiones se reducen a sus componentes más básicos –lleva el objeto A a un PNJ para que active un diálogo y recibas el objeto B–, pueden resultar una peligrosa revelación del prosaico mecanismo que oculta la lujosa cortina del juego. Pero también indicarán que *Ryzom Ring* puede ser algo más que un paso adelante en el entretenimiento *on-line* creado por usuarios: puede también ser una crítica fascinante e incisiva del mismo género en sí mismo.

Usando la interfaz "arrastrar y soltar" y una serie de menús, los jugadores pueden pasar de crear sus argumentos a probarlos de forma casi instantánea. En cuestión de minutos tienes un pueblecito perfectamente diseñado.





El sistema "arrastrar y soltar" ofrece una visión clara y nítida, de forma inmediata, de cómo el escenario toma forma. Desde el momento en que los objetos están en posición, las hojas se mueven con el viento, los pájaros cantan y las ranas saltan de un lado para otro.



Al probar tu escenario "a medida", tienes la opción de cambiar cuando quieras entre la tradicional perspectiva y un nuevo punto de vista para "maestros de las mazmorras". Este último permite movimientos más rápidos y una visión más amplia de los procedimientos empleados.



La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

Esta temporada sólo con Vodafone live! serás titular en todos los partidos

EA SPORTS

FIFA 07

Ha llegado la hora de descargarte en exclusiva en tu móvil **Vodafone live!**, el mejor videojuego de fútbol, con gráficos más realistas, un control de balón espectacular y ahora, con el nuevo modo temporada, para que no te canses de meter goles.

Encuéntralo en tu **Menú Vodafone live! → Videojuegos** o envía **JUE FIFA07** al **521**

Y recuerda que sólo pagas 50 cénts. al entrar al Menú y navegas gratis sin límites.

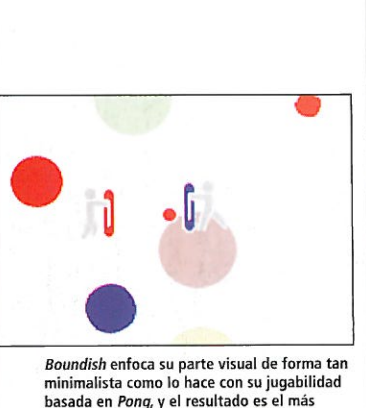
Infórmate en el 1444 o en www.vodafone.es/live

También disponible para tu consola

Vodafone live! con 3G Nokia 6234





Boundish enfoca su parte visual de forma tan minimalista como lo hace con su jugabilidad basada en *Pong*, y el resultado es el más deficiente de este primer *Bit Generations*.



PLATAFORMA: **GBA**
DISTRIBUCIÓN: **NINTENDO**
ESTUDIO: **SKIP**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE EN JAPÓN, SIN LANZAMIENTO EN EUROPA**

Bit Generations

Ya sea en la ranura para cartuchos de la GBA o de la DS, la colección de Skip muestra que ser sencillo está de moda

El minimalismo requiere un "toque" constante y seguro para conseguir el equilibrio justo entre el ahorro deliberado y las carencias intencionadas. La primera hornada de la serie *Bit Generations* de Nintendo hace una apuesta peligrosa al evocar cierto estilo *tecno-chic*, optando por fondos austeros con colores planos y elementos pixelados, lo que contrasta con los extravagantes envoltorios que Q Entertainment usa en sus juegos de música o puzzles.

De los tres juegos incluidos en esta primera hondonada, *Dotstream* es, sin duda, el que ofrece más posibilidades y el más gratificante en sentido tradicional. Aunque tienen el aspecto de un juego de carreras, con GPs de cinco carreras desbloqueables, no hay que estar pendiente de acelerar ni de no salirse de la pista, ya que se se trata de un ejercicio cerebral que consiste en escoger la línea lumínica de deslizamiento más recta para atravesar los entornos vectoriales. Cualquier movimiento superfluo desacelera tu punto y tienes escasos *power-ups* para modificarlo. Sin embargo, también es el desafío más decepcionante del conjunto, ya que su primer GP te da una falsa seguridad, como compruebas cuando te lanzas de cabeza a un territorio más complicado y lleno de obstáculos que interfieren en tu camino.

La sorpresa es que *Dialhex*, que en principio parece el más convencional en cuanto a diseño, demuestra tener la mayor fuerza de esta serie inicial. Y es que alcanza la armonía con una mezcla de simplicidad de objetivos –girar los triángulos que caen para crear hexágonos de colores– y una dificultad progresiva, creando de esa manera un juego de puzzles que es a la vez familiar y refrescante, ya que sus formas, poco tradicionales, te obligan a pensar en nuevas maneras de enfrentarse a viejos problemas; algo parecido a lo que ya *Lumines* hizo antes. Es un juguete inteligente y de adicción infinita, en parte gracias a una interfaz sin distracciones, lo que te permite volcarte a fondo en el juego.

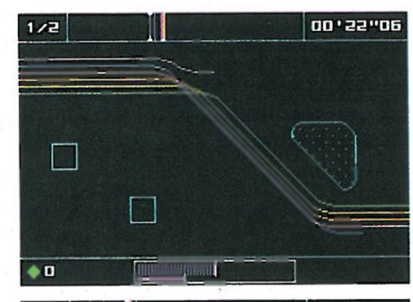
Es *Boundish* el que se inclina más hacia el lado oscuro del minimalismo. Partiendo de la idea de que *Pong* está en los cimientos del videojuego, *Boundish* intenta –de forma valiente pero con un enfoque algo erróneo– actualizar la fórmula básica en cuatro de sus cinco minijuegos, diluyendo la pureza de *Pong* con unas palas dobles que tienen libertad de movimientos, rebotadores y una superficie de 12 pulgadas. Como siempre ocurre, añadir un segundo usuario mejora la experiencia, pero lo aburrido que es el modo para un jugador eclipsa a los cuatro. El quinto juego, de malabares básicos hacia adelante y atrás, es un retroceso a lo Game&Watch que no estaría fuera de lugar como prueba desbloqueable para *Wario Ware*, pero, como punto fuerte de una colección de cinco juegos, no elimina la sensación de carencia que transmite todo el paquete.

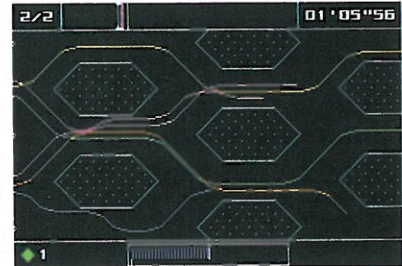
La segunda serie de *Generations* promete diseños aún más audaces que los de esta primera hornada, pero parece que el grandioso experimento de Nintendo de apostar por un estilo minimalista a la moda ha colocado sus bits en los lugares adecuados.



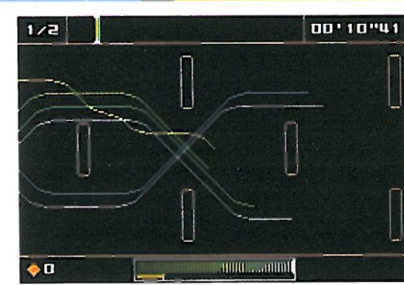
Sonido mínimo

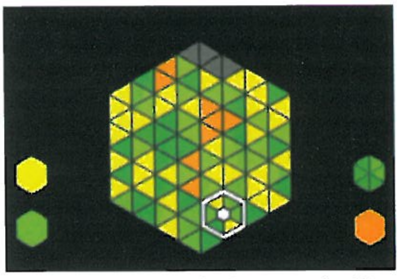
La primera demostración comercial de Nintendo de esta línea incluía un par de auriculares en cada estación de juego por una razón: el sonido de *Bit Generations* es un elemento tan definitorio del título como sus gráficos o el diseño del juego en sí. Las carreras de *Dotstream* están marcadas por un envoltorio sonoro que acompaña a su partitura de pura y dura Game Boy, en la que cada acelerón, choque o desaceleración se une a florituras musicales. Los avances por las "fases" de *Dialhex* van acompañados por los bucles electrónicos tipo jazz más suaves que jamás han sonado en una GBA, empezando lentamente para eclosionar a medida que vas eliminando hexágonos. Y en la banda sonora de *Boundish* sobresale un pitido constante que se refleja en el partido de paddle electrónico.





Dotstream dispone de un sorprendente surtido de sutilezas para tener un aspecto tan modesto. Sólo un color puede ocupar cada línea; si cambias al mismo tiempo que tu competidor, uno rebotará: una traslación a los 8 bits de las peleas de un juego de carreras.





Dialhex es tremendamente absorbente, no puedes dejar de pensar en el hexágono de luz. Su sencilla belleza lo hace casi más difícil: el fondo llenándose de colores no produce la misma ansiedad disparadora de adrenalina como un pozo de Tetris llenándose de extrañas formas.

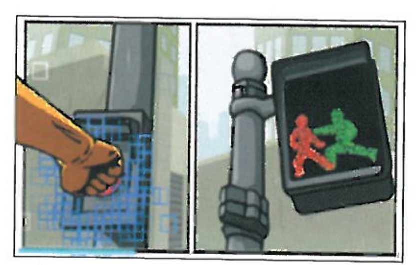
PLATAFORMA: **PSP**
DISTRIBUCIÓN: **ATARI**
ESTUDIO: **ZSLIDE**
ORIGEN: **FRANCIA**
LANZAMIENTO: **NAVIDADES 2006**

Hot PXL

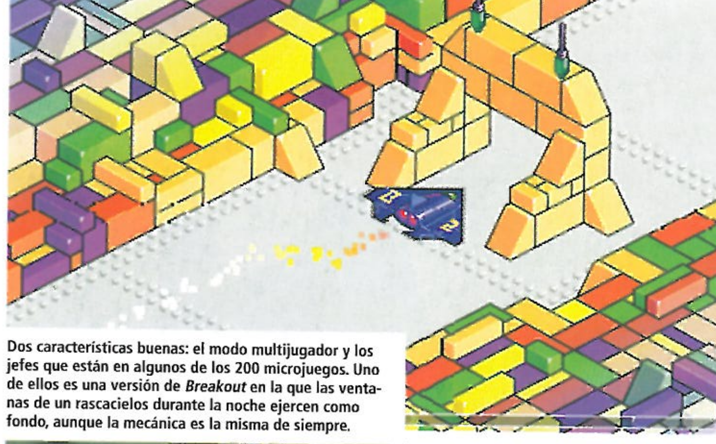
La falta de imitadores de *Wario Ware* da cierto margen a esta descarada apuesta de zSlide

Unos microjuegos presentados con una frase corta que explica de antemano al jugador una tarea sencillota? ¿Tener que ejecutarla en un límite de tiempo muy estricto? ¿Y sin usar nada más complicado que la cruceta y un botón principal? No tiene que avergonzarse de ser un clon de *Wario Ware*, en primer lugar porque a menudo se utiliza la palabra "copia" en un sentido equivocado, y en segundo lugar porque, como sucede con *GTA*, es un juego que se basa en una idea lo suficientemente rica como para nutrir a todo un género. El problema es que pocos han intentado llevar la fórmula de *Wario Ware* por otros derroteros.

Pese a que toma directamente su inspiración de la cultura de la calle y el "estilo de vida digital", *Hot PXL* ofrece cierta variedad visual, por encima del enfoque de su tema principal. Hay, además, momentos de evidente inspiración en el "todo vale" de la maratón de microjuegos de Nintendo, cambiando continuamente de estilo de juego y de perspectivas. Pero gracias a la calidad de la pantalla en comparación con las portátiles de Nintendo, su arte pixelado resulta menos atractivo, y el resultado es una declaración de estilo que arrastra demasiados complejos. Del puñado de juegos ofrecidos en esta versión previa, algunos consiguen ser instintivos e interesantes, mientras otros son obtusos hasta el punto de que necesitas fallar en ellos para descifrar en qué consisten. O sea, que hay tanta variedad de calidad como de estilo de juego. El acceso al UMD es algo que tiene que cuidarse si, de manera similar a *Wario Ware*, *Hot PXL* pretende aumentar el ritmo del juego a medida que completas más y más juegos de forma sucesiva.



No hay que temer que este juego repela a los que tienen fobia a los juegos localizados en la calle; visualmente transmite una confianza que acabará con el rechazo.



Dos características buenas: el modo multijugador y los jefes que están en algunos de los 200 microjuegos. Uno de ellos es una versión de *Breakout* en la que las ventanas de un rascacielos durante la noche ejercen como fondo, aunque la mecánica es la misma de siempre.





Need For Speed Carbono

Un ejemplo del juego de carreras callejeras de EA para la nueva generación avisa de los peligros de conducir a oscuras

PLATAFORMA: **360, DS, GBA, PC, PSP, PS2, PS3, Wii**
DISTRIBUCIÓN: **EA**
ESTUDIO: **EA**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **NOV. 2006**

El nombre del último *Need for Speed* se refiere a Carbon Canyon, un precario tramo de la autopista de California, pero también a la marca que los corredores callejeros dejan al quemar neumáticos sobre el asfalto... por no hablar de las que dejan los coches accidentados en el borde de un barranco. También parece haberse transmitido a la parte visual del juego, con una noche constante más oscura de lo que cabría esperar en la nueva generación.

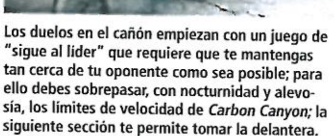
No sería tan molesto si las capturas previas de *NFS* no estuvieran repletas de un resplandor otoñal, o si la recreativa de *NFS: Hot Pursuit*, situada a la entrada de la sala de pruebas de Carbono no fuera un recordatorio en baja resolución y colores saturados del aspecto "preurbano" de la serie. Pero las prioridades de la cultura automovilística han cambiado las carreteras abiertas por las calles cerradas, y el estilo del fabricante por el exceso de modificaciones: de ahí que, en cuanto a opciones de personalización, *Carbono* resulte asombroso, ya que introduce el equivalente tunero a las herramientas de creación de rostros de EA Sports. Puedes cambiarles cualquier aspecto, y luego te resulta difícil no soltar algún improperio cuando un choque levanta la pintura de tu carrocería.

Un destino más peligroso te aguarda en el cañón, con duelos en carreras en las que no puedes ni pestañear a través de una oscuridad casi impenetrable. Junto a las funcionalidades a lo RPG que te permiten formar un equipo de carreras –la charla por radio anima mucho las carreras callejeras, como si fuera una pelea sobre cuatro ruedas–, Carbono no se limita a ser un capítulo recauchutado. Aun así, sin haberle echado un ojo a sus diseños (que, han prometido, pronto se desvelarán), es fácil que lo parezca.



A pesar de que ha sido creado también para las consolas de nueva generación más que tratarse de una modificación del *Most Wanted* del año pasado, es curioso que *Need for Speed Carbono* no haya evolucionado por el camino que se esperaba: una inspiración de EA en Michael Mann... o tal vez en Michael Bay.





Los duelos en el cañón empiezan con un juego de "sigue al líder" que requiere que te mantengas tan cerca de tu oponente como sea posible; para ello debes sobrepasar, con nocturnidad y alevosía, los límites de velocidad de *Carbon Canyon;* la siguiente sección te permite tomar la delantera.



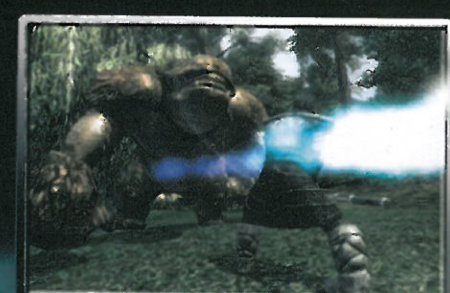
JOWOOD PRODUCTIONS

PRESENTS

A PIRANHA BYTES GAME

Gothic

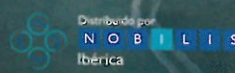




20 Octubre, 2006











UNA NUEVA CRUZADA

TRAS UN CAMBIO DE ESTRUCTURA, DE PERSONAL Y DE UBICACIÓN (A UNA RELUCIENTE SEDE NUEVA), LUCASART ESTÁ LISTO PARA RECUPERAR SU ESPÍRITU PIONERO

Se divisa una vista espectacular desde el comedor del Letterman Digital Arts Center, la nueva sede en San Francisco de la mayor parte de las empresas de entretenimiento de George Lucas; entre ellas, su veterano distribuidor y estudio de juegos, LucasArts. Un vistazo a través de las tres paredes de cristal de su inmensa cafetería muestra una sugerente perspectiva sobre el puente Golden Gate entre una niebla azulada que se aferra a la bahía y desafía el viento de la cristalina mañana del norte de California. En línea recta, muy cerquita, se alza la estructura clásica del Palacio de las Bellas Artes, que refulge bajo el sol como una escultura de bronce. A la derecha, el puntiagudo edificio de oficinas de la Transamerica Pyramid marca la

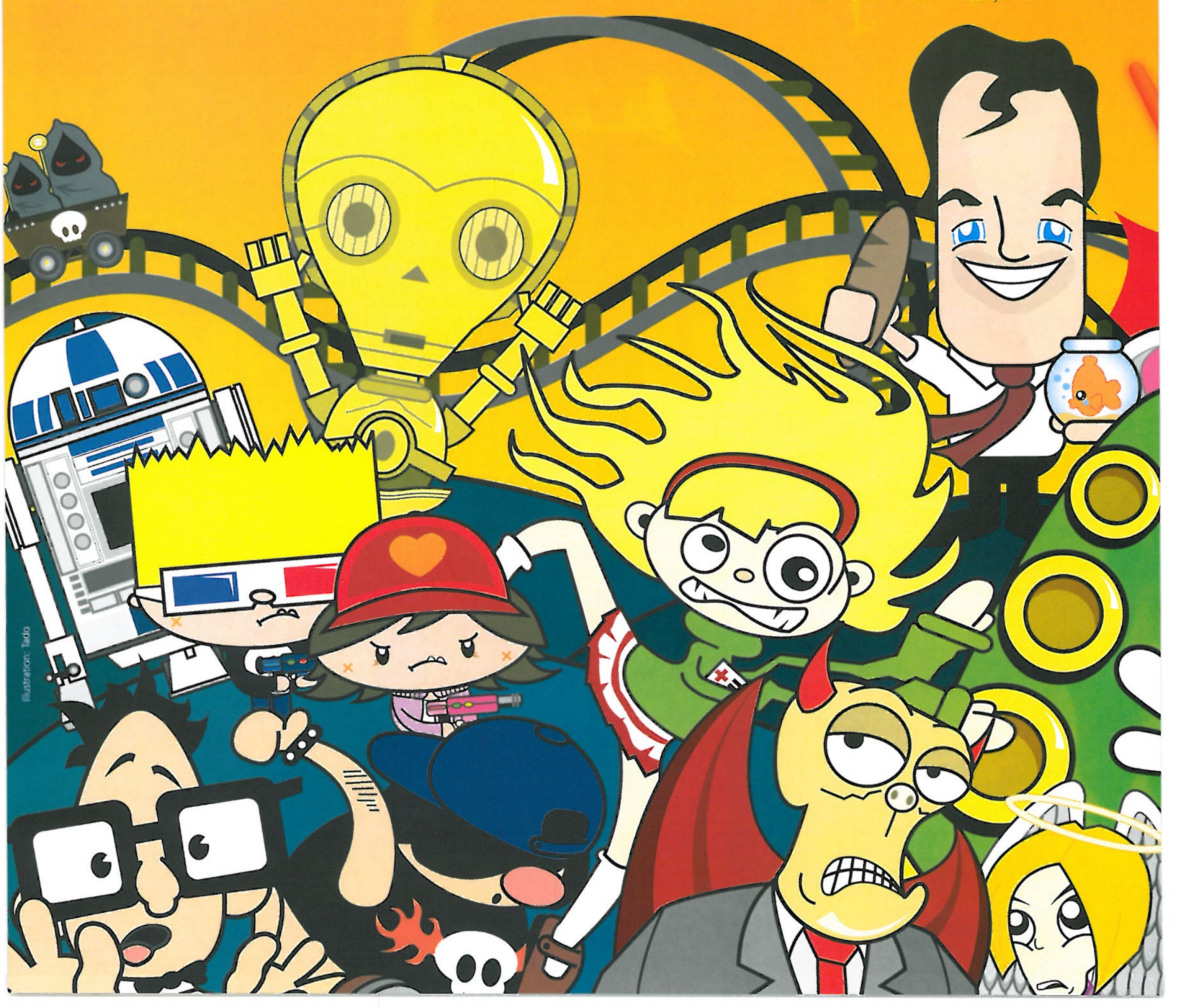


Illustration: Tado

silueta de los rascacielos de la ciudad. Tal vez sea el único lugar de San Francisco en el que puedes ver estos tres símbolos de la ciudad a la vez: son hitos que simbolizan, respectivamente, la ingeniería, el arte y el comercio, los tres pilares de los negocios de California en general.

Ninguna empresa lo simboliza mejor que la renaciente y decidida LucasArts. Tres equipos internos están trabajando en otros tantos proyectos (un juego de Indiana Jones, otro de Star Wars, y un título original que está en fase de "incubación") que pondrán fin a un período de años de poca actividad: el comienzo lo marcará *Indy* el verano que viene. Si de este juego se sabe bien poco; de los otros, absolutamente nada: se habla de *Star Wars (La Guerra de las Galaxias)* al mismo tiempo que la nueva serie televisiva de la franquicia, pero podría ser simple coincidencia. La empresa confía en que sirva para restaurar los ideales con los que nació LucasArts: tecnología de vanguardia, un guión impecable y atractivo para todos los públicos: ingeniería, arte y comercio. Mostrando una gran visión de futuro, el padre de *La Guerra de las Galaxias* fundó allá por 1982 el Lucasfilm Games Group (posteriormente denominado Lucasfilm Games y LucasArts). Inicialmente trabajó con Atari, y posteriormente por cuenta propia, como estudio de desarrollo capaz de distribuir por sí mismo. Así comenzó más de una década de enfebrecida innovación interna que unía tecnología (hay que recordar los experimentos pioneros con generación mediante procedimiento fractal, la legendaria interfaz SCUMM de *point and click*, o su temprana exploración de las posibilidades del CD-ROM) con el deseo de profundizar en la humanidad, el humor y la sofisticación del guión del videojuego. Era tal la energía y la sed de originalidad de la compañía que tardó más de diez años en hacer su propio juego de *Star Wars*, dejando que los estudios independientes manejaran la licencia; y, cuando por fin se decidió, creó el superlativo *X-Wing*. Pero cuando los años 90 acabaron y el segmento de aventuras dejó de ser cosa de coser y cantar, la plantilla de desarrollo interno de LucasArts menguó, la calidad de los juegos se resintió y la compañía recurrió a externalizar su creciente gama de *spin-offs* de *Star Wars*. "Nos volvimos muy, muy pequeños", recuerda moviendo la cabeza **Peter Hirschmann,** vicepresidente de desarrollo y mano derecha del presidente de la casa, Jim Ward.

Las cosas empezaron a pintar mejor en 2002, cuando George Lucas instó a realizar una reestructuración, animando a la compañía a empezar a hacer planes para la siguiente genera-



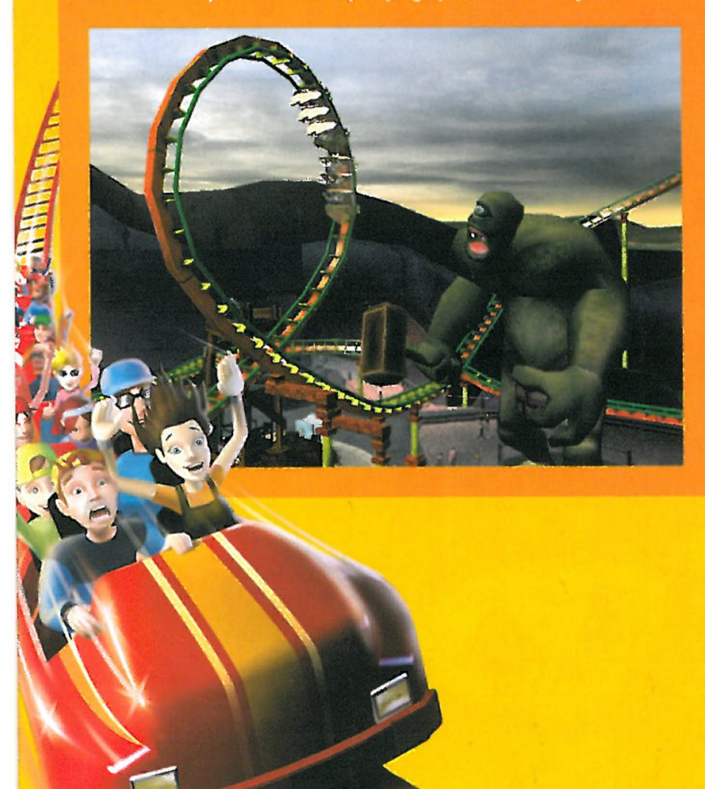


THRILLVILLE

Junto con el juego musical *Traxion*, de Kuju, para PSP, que generará minijuegos accionados por ritmos de tus propias canciones, *Thrillville* continúa por el camino de atraer a un público masivo y de todas las edades que ya comenzó con *Lego Star Wars*, y que LucasArts parece encantado de dejar en manos británicas desde entonces. Frontier, de David Braben, está trabajando con la experiencia de su *Rollercoaster Tycoon* para llevar el simulador temático a las consolas (concretamente a PS2, Xbox y PSP) para finales de este año, y en un formato muy diferente.

Para empezar, explorarás el parque e interactuarás con los visitantes en tercera persona (ya sea como el joven director o como cualquier otro que contrates). Esto, junto con una estructura progresiva de misiones, debería conseguir que los jugadores de acción se sientan cómodos con el título. En segundo lugar, están los minijuegos, desde los más evidentes juegos arcade y galerías de disparo hasta otros incorporados con más sutileza: competiciones de kart, *cheerleaders* para elevar la moral del cliente y puzzles en el circuito colocados para el mantenimiento de la tensión: estarán disponibles desde dentro del parque, con una simulación en tiempo real que sigue siendo imbatible, o en multijugador.

Frontier ha trabajado mucho y muy duro en la interfaz de construcción de la montaña rusa y el resultado ya parece tremendamente aerodinámico –que es como tiene que estar para que lo prueben niños de ocho años–, mientras que los elementos de la simulación social ofrecen una agradable sencillez y un atractivo al estilo *Sims*. *Thrillville* puede no parecer sobre el papel la propuesta más seductora, pero tiene un gran aspecto, es enormemente extenso y debería mantenerse muy por encima de la idea que se tiene del típico juego para niños de hoy día.







Las salas del campus están decoradas con creaciones y modelos de Industrial Light & Magic (izquierda), y pósters de películas de la colección personal de George Lucas. El parque de esculturas que lo rodea está generosamente abierto al público (derecha).

ción de consolas y reforzando sus equipos internos. El nombramiento como presidente de Ward, responsable de marketing de Lucasfilm, dos años después, fue otro catalizador del ambiente de la casa, pues el áspero ejecutivo subió la temperatura en la compañía con un programa agresivamente populista (ver la entrevista en el número pasado). Esto coincidió con algunos encargos externos mucho más imaginativos y exitosos, como el majestuoso *Knights of the Old Republic* de *Bioware*, el popular *Battlefront* de Pandemic y el sorprendente *Lego Star Wars* de Giant, capaz de revivificar la marca *La Guerra de las Galaxias* en el mundo del videojuego, y otorgar a LucasArts su mayor éxito de crítica y de ventas en años. Incluso hubo, gracias a *Mercenaries* (de nuevo de Pandemic), algo de IP fresco. La transformación se completó hace un año, cuando LucasArts –junto con Lucasfilm y su filial dedicada a efectos especiales, Industrial Light & Magic (ILM)–, se trasladó desde el aislado rancho Skywalker a un campus nuevecito en el corazón de San Francisco, y comenzó a reclutar gente en serio. Pero ¿qué estaban haciendo exactamente esos equipos internos?, ¿suponía esperar demasiado que lograsen volver al espíritu independiente y visionario de la edad dorada de LucasArts?

La respuesta de Hirschmann es un enfático no. De hecho, los grandes cambios comenzaron con un reenfoque sobre la innovación tecnológica –específicamente, la generación de procedimiento de contenido en tiempo real–, que supone un eco exacto de los dos primeros títulos de la casa, de inspiración fractal también, de hace más de 20 años: *Ballblazer* y *Rescue on Fractalus!* "Allá por 2002, cuando nuestro relanzamiento, George preguntó: '¿Qué plan tienes para la próxima generación?'. Le respondimos que creemos que el futuro de los videojuegos está en la simulación. Dimos por sentado que todo va a tener un aspecto genial, que va a ser difícil hacer juegos feos, sencillamente porque vas a tener cosas como sistemas de materiales e iluminación que ayudan muchísimo visualmente. No se trata de cuántos triángulos haya en un trabajo. Y si todo el mundo va a ofrecer juegos de aspecto bonito, ¿dónde está la nueva oportunidad que prometen estos equipos? La respuesta va a ser la simulación, porque con esa potencia adicional puedes comenzar de verdad a crear cosas que son, y perdón por utilizar un adjetivo tan manoseado, emergentes".

"Tenemos esta idea global del *gameplay* por centímetro cuadrado. Todos hemos jugado con juegos donde destaca detallitos tan divertidos y tan graciosos que te lo pasas mejor con ellos que en completar otros juegos. Y, en ocasiones, esa emoción se debía a que no se trataba de algo binario, lineal, sino que se ajustaba a una serie de variables.... No voy a ponerme en plan Game Developers Conference [imita unos ronquidos], pero la clave es que se le permitía al jugador usar su imaginación y su creatividad, como sucede, por ejemplo en *X-Com* o *Half-Life* (me pasaría jugando horas y horas sólo por ver qué pasa, porque la inteligencia artificial es muy buena)".

"GASTAR DINERO PARA AHORRAR TIEMPO ES LA MEJOR INVERSIÓN"

Como había poco trabajo I+D interno, LucasArts empezó a comprar tecnologías que le ayudaran a crear los escenarios de juego que buscaba, en permutación infinita. ("Tenemos la filosofía de que la mejor inversión es gastar dinero para ahorrar tiempo, y no sufrimos ningún

BELLAS ARTES

En los últimos años había menos estudios internos deLucasArts, con pocos lanzamientos dignos de mención, pero su pedigrí es uno de los más respetados y originales del desarrollo estadounidense. Sigue leyendo para descubrir los 12 clásicos logrados en un cuarto de siglo de aventuras en el entretenimiento digital.







Esta fuente es el único signo externo de que estas oficinas de edificios bajos y estilo sencillo alojan el imperio Lucas. Detrás hay esculturas a tamaño completo de Vader y Fett.

tipo de síndrome sobre 'lo no inventado aquí'", aclara Hirschmann). Encontró dos tecnologías. La primera es Euphoria, de NaturalMotion, un motor de animación en tiempo real –o, como LucasArts la llama, "inteligencia artificial biomecánica"– que permite que los personajes reaccionen a cualquier situación siguiendo un sistema de normas físicas y de comportamiento, en vez de rutinas de animación predefinidas (ver la sección *A fondo* del número pasado). La segunda tecnología es Digital Molecular Matter (DMM), de Pixelux, un sistema de física material que sustituye o interactúa con la física tradicional de cuerpos rígidos, y puede reproducir, con inmejorable precisión, el movimiento, fractura y distorsión de cualquier sustancia, sea madera, metal, gelatina o carne. DMM es exclusiva de LucasArts hasta 2008. Ambas tecnologías se usarán en los próximos títulos de *Indiana Jones* y *Star Wars*.

Puede que no sean tecnologías inventadas en la empresa, pero LucasArts ha realizado una inversión considerable tanto de tiempo como de dinero en ambas. "NaturalMotion tenía Endorphin y pensamos: 'si esto funcionara en tiempo real, sería justo lo que estamos buscando' –recuerda Hirschmann–. De modo que enviamos a unos tíos a Oxford, y eran tan listos que tuvieron la misma idea y buscaron una manera de superar los límites. Así que trabajamos dos años con ellos enganchando ese material tan bueno en un entorno de juego. Corrimos un gran riesgo al decidir que nuestros juegos partirían de una IA biomecánica que controlaría la animación y los comportamientos".

"Lo mismo sucedió con Pixelux y DMM –prosigue el enérgico Hirschmann, que llegó a LucasArts procedente de la compañía Amblin Entertainment, de Steven Spielberg, donde escribió y produjo el primer *Medal of Honor*–. Pixelux surgió cuando uno de nuestros chicos estaba en una fiesta –una sesión de planificación de Burning Man–, se puso a hablar con alguien que le dijo 'yo conozco a esta gente que está en este tema, ésta es su web'. Al día siguiente la vimos y nos quedamos: '¡Ay, madre! Si esto hace lo que se supone que hace...'. Gracias a los dioses, estaban cerca de nosotros, pasamos con ellos un par de días, y a mitad de la presentación hicieron este comentario: 'Cuando lo utilicéis, tenéis que tener cuidado de que el contenido tenga una estructura sólida, porque, si la casa no está bien construida, se hundirá'. Les miramos y les dijimos: 'Nosotros creemos en vuestra idea'. Quedamos todos encantados. Hace como un año se trasladaron para trabajar aquí, y ha sido genial trabajar con ellos".

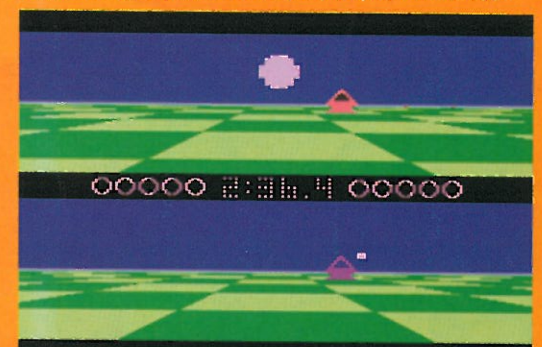
Trabajar con tecnologías tan impredecibles presenta un inmenso desafío de diseño: ¿cómo impides que el jugador rompa todo si puede romper cualquier cosa?; ¿cómo estructuras la acción si los enemigos se mueven siguiendo su propia lógica? Usando el ejemplo del propio Hirschmann, si puedes convertir una pared en hielo y romperla para escapar de tus enemigos, ¿cómo impides que los jugadores se salten un nivel entero? No hay todavía respuestas concretas y está por determinarse la proporción exacta del juego a la que se le aplicará tecnología DMM (¿20 por ciento del mobiliario del juego, 50 por ciento, 100?). **Vik Sohal,** director operativo de Pixelux, confía en que ese porcentaje será alto: "El objetivo de nuestra compañía es automatizar la creación de elementos en los juegos, pero la gente está acostumbrada a hacer los juegos de un modo determinado, así que en realidad todo depende de cómo sea la integración del método. Evidentemente nos gustaría hacer todo con DMM. Los chicos de LucasArts son bastante arriesgados, quieren que la simulación esté integrada en los juegos, de modo que lo están adoptando en gran medida. Y los primeros ejemplos bastarán para que sientas que todo está vivo. Tenemos muchas maneras de reducir la carga de trabajo del procesador, así que puedes contar con un entorno expansivo en el que las cosas provocarán la sensación de ser físicamente reales e interactuarás con ellas sin abusar de la CPU".

Sohal está encantado de subrayar que usar DMM no significa en ningún caso que los diseñadores tengan que rendirse totalmente a las leyes de la física: "Somos muy conscientes de que los diseñadores de juegos quieren poder ajustar las cosas: no quieren perder el control



BALLBLAZER

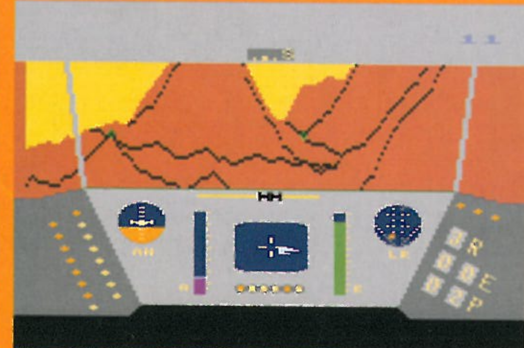
FORMAT: Apple II, Atari 5200 & 7800, CPC, C64 **YEAR:** 1984



La primera colaboración con Atari del incipiente grupo de juegos fue este juego futurista de fútbol americano en primera persona uno contra uno. La velocidad y fluidez con que los Rotofoils se deslizan y mueven resultaba impresionante en las consolas Atari de 8 bits, pero la banda sonora de jazz, generada aleatoriamente mediante algoritmo, es lo que destaca hoy.

RESCUE ON FRACTALUS!

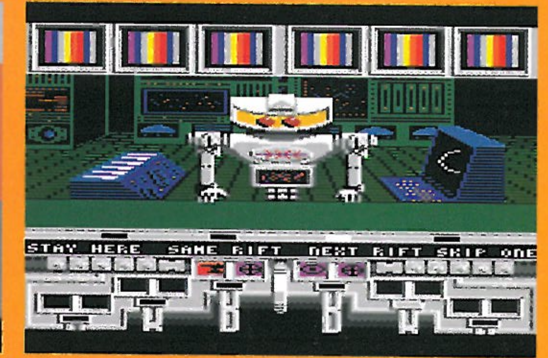
FORMAT: Apple II, Atari 5200, C64, CPC, Spectrum **YEAR:** 1984



Al empezar a hablar de la PS3 se destacó los paisajes que ofrecería, pero LucasArts innovó ya en ese terreno hace más de 20 años con el otro lanzamiento inicial con Atari, un vuelo 3D sobre montañas fractales extraterrestres. La intriga para ver si los pilotos rescatados resultaban ser alienígenas era una pista temprana de por dónde evolucionarían las historias de Lucas.

KORONIS RIFT

FORMAT: Apple II, C64, CPC, MSX, Spectrum, **YEAR:** 1985



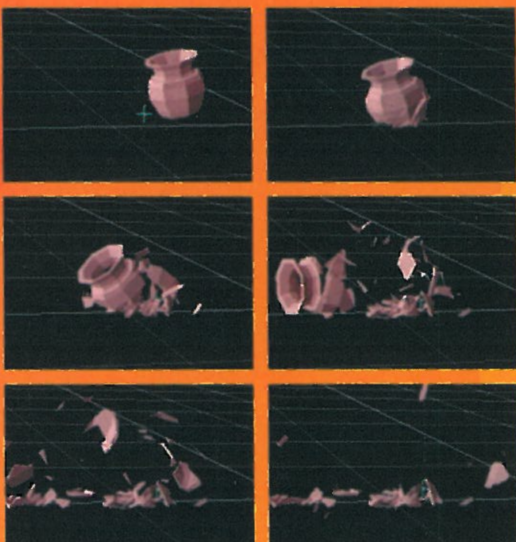
La tecnología fractal de *Fractalus* logró otros dos éxitos al año siguiente. *The Eidolon* ofrecía la premisa más llamativa –un recorrido por la mazmorra de tu propio subconsciente– pero *Koronis Rift* resultó más vanguardista en cuanto a sofisticación de su *gameplay*, permitiendo que la basura se convirtiera en dinero o sirviera para actualizar tu nave.

MONTAÑAS A PARTIR DE MOLÉCULAS

"Cogimos Maya y creamos una hélice y unas escaleras, y luego le aplicamos DMM, alteramos las propiedades del material de la hélice por las del acero, y se convirtió en un muelle de juguete mejor que ninguno con el que yo haya jugado nunca", señala Sohal con una sonrisa burlona. Es un resumen de las ventajas de la nueva tecnología de su compañía: creación casi instantánea de elementos físicos complejos que inmediatamente se convierten en absorbentes juguetes en sí mismos.

Cuando golpeas una puerta con un hacha en un juego, por muy realista que sea el efecto, ha sido predeterminado por un artista. DMM simula lo que le sucedería a una madera real si golpeas justo ahí: puede que se desintegre, o que se combe. O puede moldearse como el metal, estallar como el cristal, quebrarse como el plástico, deformarse como la goma... cualquier material que elijas de la biblioteca de Pixelux (que cada desarrollador individual puede personalizar).

La demo de DMM basada en *La Guerra de las Galaxias* que LucasArts llevó al E3 es un ejemplo deslumbrante del potencial de DMM, que permite que el jugador haga transitar R2D2s por cualquier superficie imaginable, desde gelatina a materia orgánica, y ver cómo responden. Incluso se simulan baches situados en estructuras complejas. Se trata de una tecnología simplemente impresionante, y su empleo resultará tan decorativo o tan decisivo como quiera cada desarrollador: incluso si las restricciones del diseño la limitan a una simples toques visuales, su impacto resultará grandioso. Cuando expire en octubre de 2008 la exclusividad con LucasArts, Pixelux tiene derecho a esperar que le llegue una estampida de peticiones.





sobre el proceso creativo". Por su parte, Hirschmann reconoce la seriedad del desafío y se entusiasma ante sus implicaciones, pues siente que centra a los diseñadores en el puro placer de la interacción. "Vamos descubriendo cómo diseñar con esta tecnología sobre la marcha. Supone muchos cambios, tienes que dejar de lado el concepto que tenías sobre la marcha y volver a la idea del mayor *gameplay* por centímetro cuadrado que puedas conseguir".

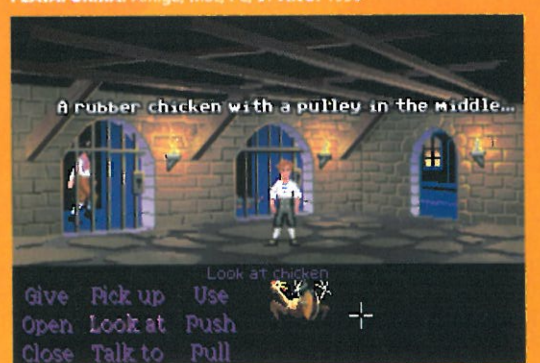
Está claro que preparar a LucasArts para su renacimiento creativo ha sido un esfuerzo largo –unos cuatro años y contando–, y que, pese al silencio de su estudio interno, y la escasez de detalles que deja ver sobre sus juegos, el trabajo desarrollado tras el telón ha sido intenso.

Hirschmann subraya que la regañina pública de Ward a la industria de los videojuegos por permitir que se superen una y otra vez el calendario y el presupuesto establecidos, y el compromiso de que LucasArts nunca lo hará no significa de ningún modo que la empresa esté haciendo sus juegos a la carrera ni escatimando el dinero. Significa, más bien, aprovechar el desarrollo planificado, fijar una fecha posterior en el proceso, y luego tomar la decisión.

"Hacer pública la infraestructura –los planes comerciales, la creatividad que aparecerá en el marketing– sólo consigue que funcione mejor el mecanismo si tienes una fecha de referencia con la que trabajar. Hay que darse cuenta de esto y tener paciencia. Hemos invertido mucho en jue-

THE SECRET OF MONKEY ISLAND

PLATAFORMA: Amiga, Mac, PC, ST **AÑO:** 1990



Fue en 1997 cuando Aric Wilmunder y Ron Gilbert lanzaron la Script Creation Utility for Maniac Mansion (SCUMM), dando paso a una década repleta de clásicos de la aventura cómica basados en ese motor. Tres años después Gilbert logró su verdadera obra maestra, una comedia de enredo sardónica e irónica acompañada de monos y piratas.

NIGHT SHIFT

PLATAFORMA: Amiga, C64, CPC, PC, Spectrum, ST **AÑO:** 1990



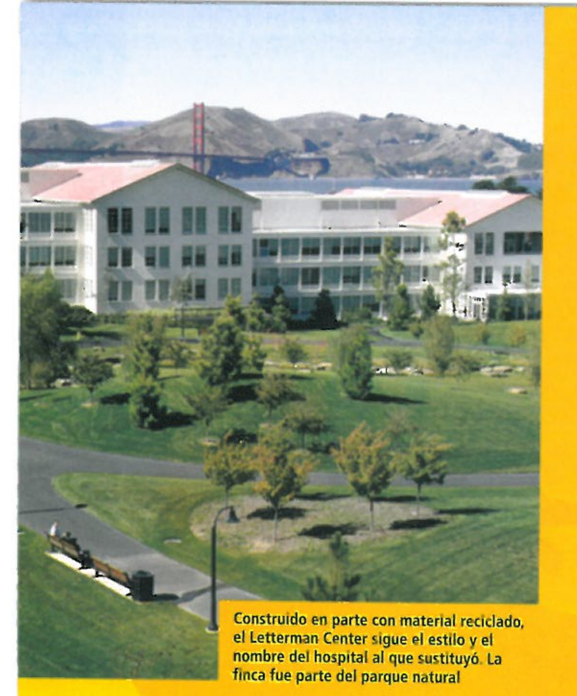
Era un jueguecito mono de acción y puzzle, con unas imágenes muy bonitas: la leyenda de la chispa jocosa de *Night Shift* ha llegado hasta hoy. El objetivo era mantener las máquinas de la compañía juguetera Industrial Might & Logic produciendo un flujo incesante de *merchandising* de *Star Wars* e *Indiana Jones*, un guiño irónico al propio destino de LucasArts.

STAR WARS: X-WING

PLATAFORMA: PC **AÑO** 1993



Las escenas sin pulir de Star Wars que sirvieron de prueba de mercado para Lucas incluían metraje de los cazas de la segunda GM sustituyendo a las secuencias de efectos: resulta apropiado que *X-Wing* y sus continuaciones –clásicos de su género– fueran una extensión de los simuladores de combate aéreo que ya había hecho Larry Holland en LucasArts.



Construido en parte con material reciclado, el Letterman Center sigue el estilo y el nombre del hospital al que sustituyó. La finca fue parte del parque natural

refiere al incomparable recorrido de la empresa en el juego de aventuras, un género que abandonó en 2000 con *Escape from Monkey Island*, un abandono que sus desencantados seguidores no han perdonado. "Si estuviéramos siempre mirando atrás, nunca habrías tenido *Sam & Max*, *Full Throttle* o *Grim Fandango*, que supusieron un avance en el género. La lección que podemos extraer de aquellos tiempos es la de seguir hacia adelante". Se refiere así de pasada a momentos en que la compañía ha flirteado con revivir la tradición (su cancelada continuación de *Sam & Max* viene inmediatamente a la mente) como una actitud negativa y anclada en el pasado. Su tono es triste pero decidido, y aplaude a los aventureros independientes de Telltale Games por llenar la brecha que quedó con ese título.

La actitud evangélica de Ward –similar a la de Nintendo– acerca de la conveniencia de ampliar el mercado es más evidente ahora en el trabajo que LucasArts está llevando a cabo con desarrolladores externos que en sus proyectos internos, en los que la empresa confía en la inmensa popularidad de las licencias. Puede que haya tardado en reconocer la importancia de *Lego Star Wars* a este respecto, pero el nombre de este juego resuena aún en todo el campus de San Francisco ("Ha hecho grandes cosas por nosotros con las mamás", admite un miembro del equipo de marketing). Sus lecciones resultan evidentes en el democrático *Thrillville* de Frontier (ver recuadro), cuyos aspectos sociales –tanto en la pantalla como fuera de ella– están tan claramente dirigidos a mujeres y padres como sus llamativas imágenes se orientan a los chicos; menos claro resulta cómo encaja en todo esto el título musical *Traxion*, de Kuju, para la PSP.

Hirschmann está feliz de poder centrarse en conseguir una accesibilidad sencilla, sobre todo en la interfaz. "Siempre digo a los equipos que cuando haces accesible algo no lo haces más tonto, sino más inteligente. Es muy fácil crear interfaces de usuario complejas. Parte del éxito del iPod se debe a su simplicidad, pero los de Apple no se sentaron un día y dijeron: 'Vale, ya está'. Hay que dedicar un tiempo y un esfuerzo tremendos para que algo resulte accesible, sobre todo

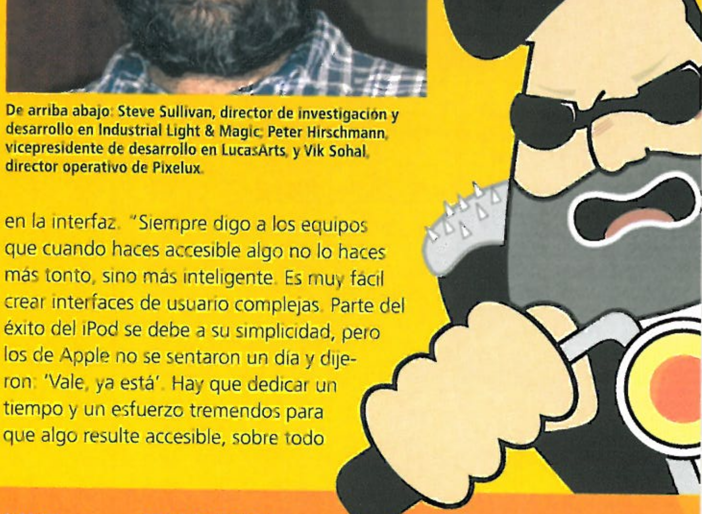
"SI SIEMPRE MIRÁSEMOS ATRÁS, NUNCA HABRÍAS TENIDO SAM & MAX"

gos que no consiguieron luz verde... hay que correr los riesgos de frente. Empecinarse en una fecha y un presupuesto después de un mes o dos de preproducción e investigación es imprudente, una locura. Nuestro equipo interno dedicó un año a *Indy* y a *Star Wars* antes de encontrarnos todos a la par respecto de lo que estábamos haciendo, y de fijar el día del lanzamiento y el presupuesto. No se trata de darle vueltas y de lanzar mil ideas, sino de avanzar paso a paso, y no sólo el diseño, sino que hay que comenzar los planes de producción y de marketing".

Y, aunque Hisrchmann está encantado de hablar de la legendaria trayectoria de LucasArts y su deseo de acercarse más al nivel y el propósito iniciales de la compañía, también está convencido que esto nunca debería desembocar en un intento de reflejarse en sus glorias pasadas. Sí, se







De arriba abajo: Steve Sullivan, director de investigación y desarrollo en Industrial Light & Magic; Peter Hirschmann, vicepresidente de desarrollo en LucasArts, y Vik Sohal, director operativo de Pixelux.

SAM & MAX HIT THE ROAD
PLATAFORMA: PC **AÑO:** 1993



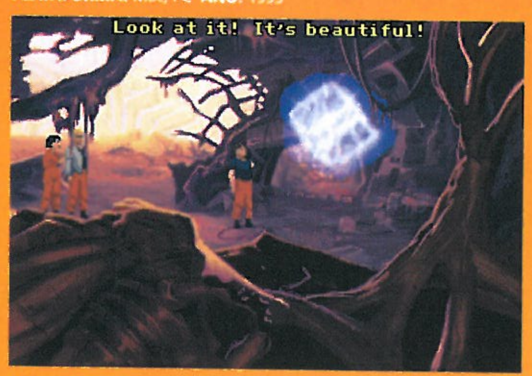
El creador de *Sam & Max*, Steve Purcell, trabajó como artista en LucasArts, y su anárquica pareja de personajes de dibujos animados se merecieron la creación de un juego. Su satírica visión de Estados Unidos y la nueva interfaz gráfica SCUMM lo convirtieron en un objeto de culto idolatrado todavía hoy. Purcell trabaja ahora en Pixar.

STAR WARS: REBEL ASSAULT
PLATAFORMA: 3DO, Mac, MegaCD, PC, **AÑO:** 1994



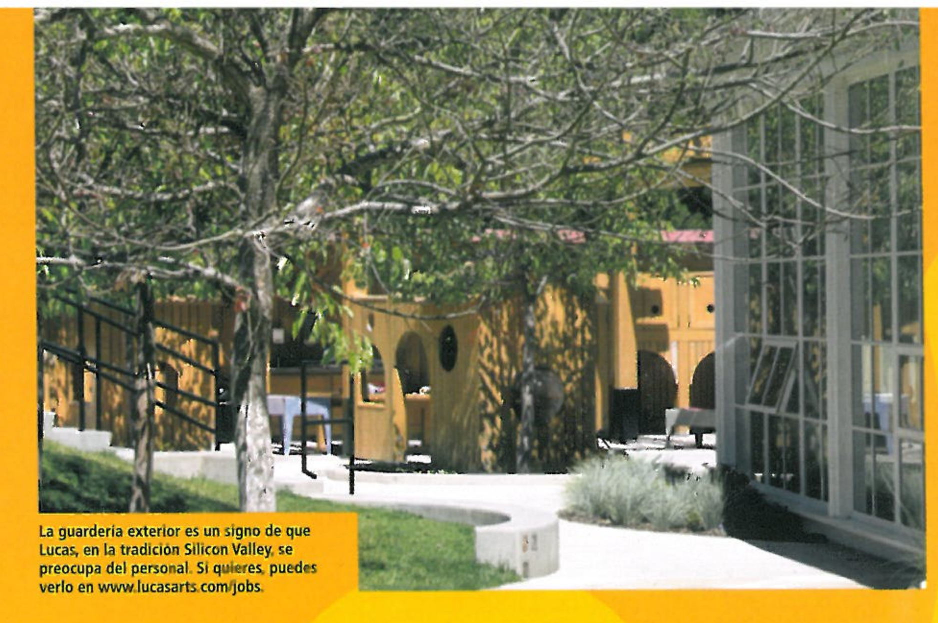
Pese a ser el más cuestionable de estos 12 títulos en cuanto a su calidad, *Rebel Assault* es desde luego uno de los más influyentes. Con su intenso énfasis en el uso de los bucles, el FMV prerrenderizado y las escenas de película digitalizadas, se convirtió en un superventas para el (entonces) incipiente formato CD-ROM, actuando como su impulsor decisivo.

THE DIG
PLATAFORMA: Mac, PC **AÑO:** 1995



The Dig fue un juego SCUMM menor, pero gozó de un extraño prestigio en Hollywood en su época, por basarse en un guión de Steven Spielberg y contar con la voz de Robert Patrick. Pero su arqueología espacial era demasiado soberbia para los fans de SCUMM, y su extenso desarrollo probó que LucasArts se pasaba incluyendo conceptos de cine en los juegos.

si estás haciendo un juego que posee un montón de cosas habituales en el género". ¿Cambiaría algo para evitar que la industria se siga volviendo, en expresión de Ward, 'más plana'? "Cambiaría la forma cómo la percepción de los videojuegos dentro de la cultura popular. Los juegos no reemplazan a los libros ni las películas ni los programas de TV... Por primera vez en 50 años tenemos una forma nueva de ocio. En 2006, todavía hay una gran falta de conocimiento hacia los juegos en muchos medios de comunicación masivos. Ha habido avances, pero con nuestro gobierno... Resulta casi cómico ver que los juegos están llenando el mismo hueco que llenaron los tebeos y el rock and roll.



La guardería exterior es un signo de que Lucas, en la tradición Silicon Valley, se preocupa del personal. Si quieres, puedes verlo en www.lucasarts.com/jobs.

La construcción del centro Letterman fue un movimiento audaz de George Lucas. Si el Rancho Skywalker mantenía un huraño secretismo, el seductor campus es discreto en otros sentidos: en primer lugar renuncia a la mística del nombre en reconocimiento al Hospital Militar Letterman que una vez se erigió en esta parte del parque nacional Presidio; una pequeña estatua de Yoda es el único signo de que ésta es la sede central de un icono pop mundial. No obstante, la cafetería y los jardines, las paredes de cristal y las soleadas escaleras hablan de un cambio radical en la cultura corporativa de Lucas.

Se trata de una oportunidad para ser más extravertida, pero también para centrarse en sí misma y que cada una de sus empresas comparta recursos con el resto. Para LucasArts eso significa una rentable colaboración con ILM, con la que, sorprendentemente, ha tenido hasta ahora poca relación. "Comenzamos a trabajar más de cerca con LucasArts hace un par de años, cuando empezamos a examinar las capacidades de las consolas de próxima generación", explica **Steve Sullivan**, jefe de I+D en ILM. "La mudanza al nuevo campus supuso un acercamiento para todos, es imposible explicar cuánto cambió las cosas. Ahora se trata más de compartir tecnología, conocimiento y recursos que de proporcionar a LucasArts ningún activo concreto para trasladar a sus juegos. Ellos afrontan una crisis de contenido en las consolas de próxima generación; ya sabes, en ILM hemos afrontado esa misma crisis años y años, así que podemos ayudarles. Y ellos pueden ayudarnos con cosas como los prototipos rápidos y los *sets* virtuales".

Al caminar por estas salas, uno tiene la sensación de estar ante un grupo de compañías que se relacionan sin problemas entre sí. ¿Está por fin LucasArts donde quisiera estar? Hirschman responde mostrando una contenida satisfacción impaciente por mostrar el universo que su reformada compañía puede construir: "La respuesta corta es que no; estamos creciendo. No hemos enseñado aún el contenido desarrollado internamente. No podríamos estar más contentos con los socios externos que tenemos, y en breve anunciaremos otro más. Internamente, estamos emocionados porque nos divertimos mucho en el E3, y queremos sacar el producto. Pero estamos todavía en la fase de incubación".

"ESPERO QUE RECUPEREMOS LA CONFIANZA DE ESA ÉPOCA DORADA"

"Espero que recuperemos la confianza que logramos en esa epoca dorada. Me encantaría que LucasArts volviera al punto en que si no sabías nada sobre el juego, ibas a la tienda, lo veías y lo comprabas, sólo porque sabías lo que el logo prometía. Nunca seremos tan grandes como para que eso deje de ser una posibilidad. Es el ADN de nuestra compañía". Y quizá eso fuera lo más estimulante que dijeron en todo el día; que pese a su desesperación por volver a relanzarse una vez más, LucasArts no quiere aumentar de tamaño como desarrollador. Quiere seguir siendo ágil, incansable, ambicioso, curioso. Y quiere volver a ser LucasArts.

AFTERLIFE
PLATAFORMA: PC **AÑO:** 1996



Afterlife alteró absolutamente los valores distintivos de LucasArts: una extrema sofisticación temática con un toque ligero e irreverente. Los jugadores debían construir un paraíso y un infierno que satisficieran las necesidades de recompensa y castigo de sus almas, de acuerdo con sus principios. Nunca se había explotado la religión de forma tan guapa.

JEDI KNIGHT: DARK FORCES II
PLATAFORMA: Mac, PC **AÑO:** 1997



La serie *Dark Forces* comenzó como una respuesta a la avalancha de versiones no oficiales de *La Guerra de las Galaxias*. *Doom*, quizás la primera que logró de verdad satisfacer los sueños de los fans más allá del combate espacial y la iniciación a la espada láser. Sería uno de los últimos juegos *Star Wars* que LucasArts desarrollaría de manera interna, hasta ahora.

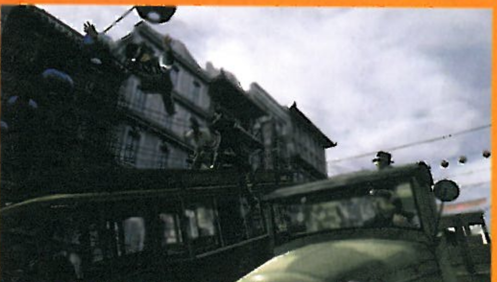
GRIM FANDANGO
PLATAFORMA: PC **AÑO:** 1998



LucasArts finalmente llevó sus aventuras gráficas al 3D con *Grim Fandango*, pero con su popularidad en horas bajas y sus equipos internos de capa caída, sería la primera y la última incursión en el género. Su pastiche exquisitamente diseñado no podía resultar un canto de cisne más apropiado. Se rumorea que actualmente Tim Burton prepara una adaptación al cine.





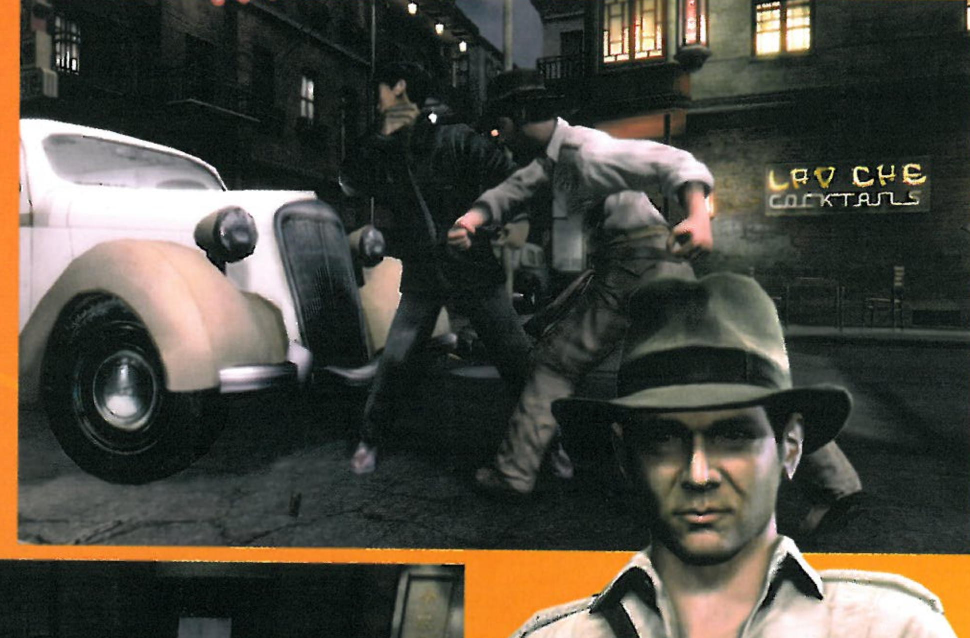


INDIANA JONES

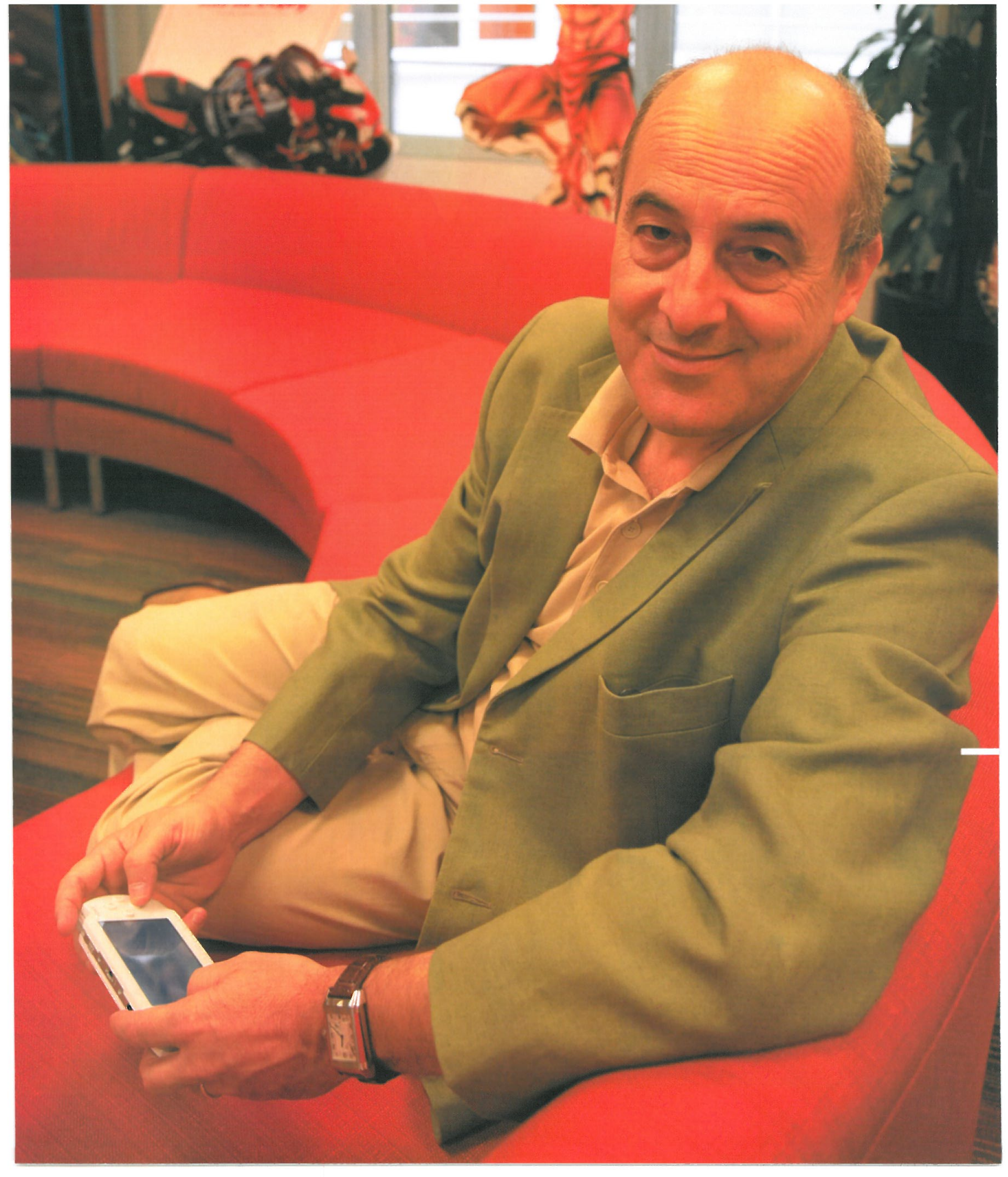
Está en la agenda de lanzamientos del verano que viene. Indiana Jones 2007 no tendrá nada que ver (si es que alguna vez lo tuvo) con la turbulenta cuarta película de la serie, lo que permite a LucasArts proclamar que se trata de "la próxima verdadera aventura de Indiana Jones". Los detalles escasean y no sorprenden: ambientación en los años 30, la cosmopolita y arrebatadora acción que es la firma de Indy, ocho emplazamientos (entre ellos San Francisco) y saldrá para la PS3 y la 360.

La demo técnica para 360 en el E3 dice muy poco aparte de demostrar cómo funcionan NaturalMotion y DMM, dado que al juego todavia le falta un año. La animación biomecánica es casi demasiado naturalista, dando a algunos personajes una cadencia lenta y sin gracia, mientras que los jugadores están más acostumbrados a un movimiento filmico exagerado. Su estilo extraño garantiza que llega una novedad que pone los pelos de punta.

La física material provoca un *shock* más inmediato: la madera que cruje o del metal que se dobla posee un enorme impacto visual. Las interacciones físicas a mayor escala carecen de peso, de momento, y cuando las dos tecnologías se combinan aparece una genuina chispa de peligrosa imprevisibilidad. Mucho dependerá de lo profunda que pueda ser la aplicación de DMM por parte de LucasArts, y de lo intuitivas que sean las interacciones de Indy con un mundo tan maleable e inestable. Si se consigue todo al mismo tiempo, éste será un viaje escandalosamente glorioso.



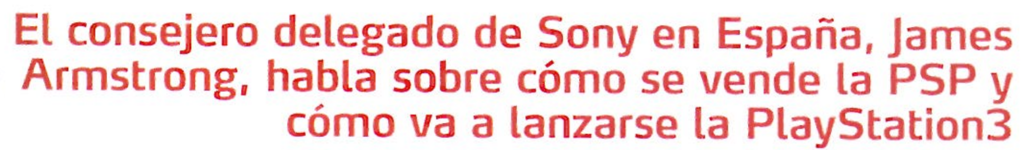








Velando armas



El consejero delegado de Sony en España, James Armstrong, habla sobre cómo se vende la PSP y cómo va a lanzarse la PlayStation3

Según sus datos, Sony tiene en España el 80 por ciento del mercado español de consolas de sobremesa, con 4.600.000 PS2 vendidas. A finales de 2007 la empresa japonesa se enfrenta al reto del lanzamiento de PlayStation 3. Pero no es la única tarea que tiene actualmente; su portátil, la PSP, se ha armado de una excelente calidad gráfica y del abaratamieno de las películas en UMD para hacerse un hueco en el mercado. **James Armstrong,** vicepresidente y consejero delegado de Sony Computer Entertainment para España y Portugal, habla sobre estos dos desafíos de su empresa para lo que queda de año:

Hay gente preocupada por conseguir la PS3. ¿va a haber suficientes en los primeros meses?
Nunca se sabe, depende de la demanda, pero calculamos que tendremos en los primeros días más de 100.000 unidades; más de 200.000 para la campaña de Reyes y Navidad, y más de 700.000 para el final de nuestro año fiscal, que termina el 31 de marzo de 2007. La idea es introducir en el mercado mundial (y es la cifra que ha dicho el señor Kutaragi), unos 6 millones de máquinas en todo el mundo para finales de marzo.

Los cambios en las características (reducción de núcleos del procesador de 8 a 7, la falta de conexión inalámbrica en la consola de 20 gigas...), ¿van a afectar a la calidad de los juegos o se cumplirán las expectativas de los usuarios?
te refieres a los núcleos del Cell, ¿no? que se van a reducir a 6+1, porque son siete, pero uno se va a dedicar al tema *online*. El procesador Cell tiene tanta fuerza y es tan rápido que, antes de que los juegos puedan disfrutar de la calidad que puede ofrecer PS3, estaremos ya en PlayStation 7. Va a pasar muchísimo tiempo antes de que los juegos necesiten todo lo que ofrece el procesador Cell. Fíjate, los juegos que se están desarrollando en la actualidad de PS2 no utilizan al 100 por cien la capacidad de PS2.

¿Quiere esto decir que PS3 va a tener una vida más larga que PS2?
A todos los consumidores nos gustaría que nuestras inversiones en tecnología tuvieran una vida larga, pero no depende de PlayStation, ni de Sony, ni de los juegos, sino del desarrollo de la tecnología. Al ritmo actual, la PlayStation 4 saldrá dentro de cinco, seis o siete años.

Los desarrolladores comentan que hay algunos problemas técnicos y de costes al hacer juegos para PS3. ¿Hay

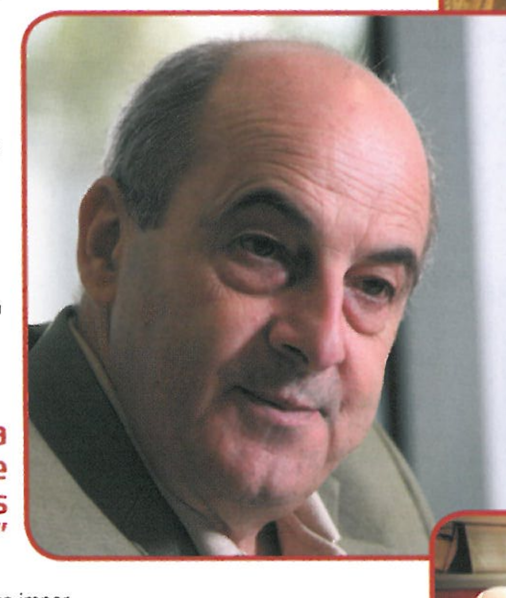


miedo de que los juegos no tengan la calidad que compense la inversión en el hardware?
Siempre que sale una máquina nueva, sea nuestra o de la competencia, es una tecnología nueva, y a los desarrolladores les cuesta. La inversión de un juego de PS3 es más grande que en PS2, pero quien haya jugado a PlayStation 3 no va a querer volver a su PS2, porque la diferencia es enorme.

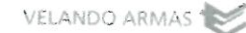
Hablemos del Blu-Ray. ¿Cómo va a afectar a las ventas?
PlayStation 3 va a ser el mejor arma de ventas de Blu-Ray. Si tenemos en cuenta la rapidez en la penetración de ventas que va a haber de PS 3 en todo el mundo, Blu-Ray va a despegar muy deprisa, lo que da fuerza de ventas a Sony y las otras marcas de hardware que saquen lectores de Blu-Ray.
PlayStation 3 le va a dar mucha credibilidad al formato. También es verdad que el precio de 599€ es bastante comparado con lo que calculamos que va a costar un reproductor de Blu-Ray, que se calcula que va a estar en torno a 1.000 o 1.200. Nuestra máquina va a salir a 599 y con muchísimas más cosas que lo que incluye un reproductor estándar de Blu-Ray.
Calculamos que mucha gente que en la actualidad no es un jugón comprará PlayStation 3 como reproductor para ver películas en su nuevo televisor de alta definición. El tema de los monitores es muy importante, porque calculamos que el parque que actualmente hay en España de televisores normales va a cambiar por televisores de alta definición en 3 o 4 años. En los próximos 5 años, en un país como España, igual estamos en torno al 80-90 por ciento de penetración de televisores de alta definición. Una vez que has visto una película, un partido de fútbol o una serie de televisión en alta definición, no vas a querer volver a verla en sistema Pal estándar o DVD estándar .

Microsoft va a sacar un lector HD-DVD externo para la 360, Nintendo ha anunciado que la Wii será barata. ¿Cuál es el arma de Sony?
Xbox es un poco más barata pero no tiene alta definición en películas. El nuevo sistema supone una inversión del consumidor, con lo que la máquina más este periférico va a suponer casi lo mismo que PlayStation 3, pero la calidad no es la misma, porque PlayStation 3 tiene output de juego y de películas a 1080 p. mientras que Xbox 360 va a ofrecer 720 p.; PlayStation 3 es un *High Definition,* mientras que Microsoft va a ofrecer calidad de HD-Ready, una diferencia importante.
Respecto a Nintendo Wii, lo que va a sacar es una máquina un poco superior a la que tienen ahora, muy poco más potente que PS2. En junio, PS2 vendió 9.000, 10.000 consolas todas las semanas en España. Son muchas, y creo que los 12 meses desde la salida de Wii posiblemente PS2 venda más máquinas que ellos.

En EEUU, el año pasado bajó la venta de videojuegos, pero en España se produjo el fenómeno contrario. ¿Puede esto causar que las ventas de PS3 en España vayan a otro ritmo?
En Europa, Sony-PlayStation 2 ha lanzado al mercado todos sus juegos sociales (*Singstar, Eye-toy, Buzz)*. Este producto ha convertido PS2 en una máquina muy popular. Estos juegos no han salido al mercado en EE.UU. Posiblemente el año pasado el 30 o el 35 por ciento de los juegos a 59 euros fueron este tipo de juegos sociales. Esa es la razón de que haya crecido el mercado español.
Otra razón es que hay mercados, como el español, que cada día son más grandes, y otros como el inglés, que ya está saturado, que no crece tanto. Esto tiene un efecto importante. También tiene que ver con el precio de la máquina, el precio en euros y en el Reino Unido, en libras. En el Reino Unido, la libra hace 6 o 7 años aumentó su valor y, al convertir los yenes en libras, PS2 salió al mercado al mismo precio de PS1, mientras que en el euro tuvimos una caída.
Ahora lanzamos PS3 y nos ayuda el euro, porque está fuerte comparado con el dólar y la libra ya no tiene ventaja. El "caro" sale a 599 y el "barato" a 499, mientras que PS2 se lanzó a 449. En el continente vamos a ser mucho más competitivos que en el Reino Unido, donde el precio de PlayStation 3 es muy superior a la salida de PlayStation 2.



"Quien haya jugado a PlayStation 3 no va a querer volver a su PlayStation 2, porque la diferencia es enorme, incluso con los juegos que salgan al principio"



Al cierre de este número de la revista, Sony anunció el aplazamiento en la fecha de lanzamiento de la PlayStation 3 en Europa (territorio PAL) a marzo de 2007, cinco meses después de la última fecha indicada –17 de noviembre–. La razón que aporta la compañía es el retraso en la producción de blu-ray. En Japón el lanzamiento será el 11 de noviembre y en Norte América el 17 del mismo mes.

James Armstrong, en las oficinas de Sony en Madrid durante esta entrevista. Es un hombre directo al expresar sus opiniones, con un acento peculiar que le confiere personalidad propia y de gestos muy comunicativos (el del dedo no es amenazador, sino para reforzar su opinión). Dirige las secciones de entretenimiento de Sony en España, tanto lo que respecta a consolas de videojuegos como la distribución de películas. Su variedad de registros es inagotable; lo mismo habla de las ventas de PS2 que de las subidas del IPC o de barcos clásicos, una de sus pasiones.

En cambio, va a salir casi al mismo precio en euros que en dólares.
En Europa hablamos de 599€, con IVA, y en EE.UU. salimos a 599$, a los que hay que añadir el sales tax que es como el 14 o el 16 por ciento. Y hay que tener en cuenta que la relación entre el euro y el dólar puede variar y estar a 1,40 o 1,10. Y no tiene ningún sentido que en Estados Unidos salgamos a 574$, que es el valor exacto del euro. En el mercado se vende al consumidor siempre al 99.

¿Va a haber en los próximos años algún título español para PS3?
Los desarrolladores se han interesado. Desarrollar un juego para PS2 cuesta unos 10 millones de dólares y para PS3 será entre 15 y 20 millones de dólares, y aquí no hay una industria grande. Queremos ayudar a través de ADESE al desarrollo del software en España porque nos interesa el producto español.

¿Cómo ha respondido el mercado español a la PSP?
Hemos vendido más de 650.000 hasta el verano. La rapidez en ventas es muy superior a PS2. Después de las navidades la venta aflojó, pero se produjo en todo el país una bajada en el consumo. Se ha recuperado y estamos muy contentos con los últimos resultados.

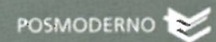
¿Ha podido influir en el repunte el abaratar las películas de UMD?
Sacar las películas a un precio tan alto fue una equivocación. 19 euros era un precio justo y al que debía salir el producto, pero no podía competir con las películas en DVD a 6 o 7 euros. Hemos abaratado nuestras películas de catálogo a 9,95 y las novedades a 12,95. La venta ha crecido por cuatro, e incluso antes de darle publicidad, sólo con la bajada y con el esfuerzo de las tiendas en vender el producto.

¿Cuáles son los planes de aquí a fin de año de Sony para la PSP?
Con la *white* queremos que crezca el mercado entre las chicas, que es algo que, como industria, no hemos hecho muy bien hasta la fecha. También estamos empezando en el mercado de los niños más jóvenes. Espero que, cuando se publique la entrevista, seamos el segundo país en base instalada de Europa (con más de 800.000 unidades), después de Reino Unido, porque vamos a superar a Francia.

¿Ha jugado ya a la PS3?
No he tenido la oportunidad. Sí he visto los juegos. Uno de los que más me gusta es *Killzone* y también tenemos *Heavenly Sword*. El consumidor va a quedar muy gratificado.

Con la idea de ofrecer un panorama del sector en España, en los próximos meses aparecerán en estas páginas entrevistas con los responsables nacionales de Microsoft y Nintendo.


IIB
IIB
03



POSMODERNO

PRIMERO FUERON EL COMBATE MODERNO Y EL DE ÉPOCA. AHORA, EL MULTIJUGADOR DE *BATTLEFIELD* SE SITÚA EN EL FUTURO, Y SE ENCUENTRA BAJO FUEGO ENEMIGO

Puede parecer que el desarrollador sueco Digital Illusions (también conocido como DICE) ha dado un giro brusco pasando a un escenario de ciencia-ficción después de haberse movido con gran éxito durante los últimos seis años por un entorno bélico real de los años 60 con *Battlefield*, la franquicia que fue pionera en el combate masivo *online*. En realidad, *Battlefield 2142* supone la progresión lógica en una serie que ha seguido una línea temporal ascendente: empezó en 1942, siguió en Vietnam, la ambientación contemporánea de *Battlefield 2* y su variante para consola, *Modern Combat*. Quedaba el futuro. Pese a alejarse un siglo y medio del presente, no se ha desviado de su camino ni un ápice, planteando un conflicto creíble, sólo algo fantástico entre potencias terráqueas (una alianza de Estados Unidos y la Unión Europea frente a una coalición panasiática liderada por Rusia). Pero su camino se va a cruzar, por primera vez, con el de un rival: el *Quake Wars* de Id y Splash Damage.



Aunque DICE asegura que el ritmo es más rápido que en *Battlefield 2*, el equipo ha intentado conseguir tiempos de supervivencia más largos, sobre todo con mejoras para tomar conciencia de la situación. Nuestro examen no lo detectó.

juego en equipo. *Battlefield* promueve esto último, pero siempre es opcional. "En la demo de E3 [de *Quake]* si tenías un equipo sin ingeniero en el lado GDF no podías construir un puente, y si no construyes un puente, no avanzas. En nuestro modo Titan puedes tener a todo el mundo correteando por ahí con sus pistolas y aun así podrían derrotar al Titan. No te ves obligado a nada. Eso nos diferencia", sostiene.

El nuevo escenario de *Battlefield* proporciona a los jugadores (y al equipo artístico de DICE, que antes estuvo privado de oportunidades para ejercitar sus músculos creativos) un surtido de atractivos complementos, desde los tanques-aerodeslizadores y los aparatosos Battle Walker para dos personas, hasta el camuflaje activo (aunque el armamento sigue consistiendo en proyectiles estrictamente) y escudos para vehículos. El "sistema de campo de batalla en red" permite a los miembros de los escuadrones compartir información sobre su salud y las posiciones enemigas a través del HUD, y esos datos se van volviendo más detallados a medida que sube tu categoría. Pero, según Nilsson, el modo Titan es su prestación

LA HABILIDAD DE LOS JEFES DE ESCUADRÓN PARA DECIDIR LOS PUNTOS ESTRATÉGICOS SERÁ DECISIVA EN LA TERCERA FASE DEL MODO TITAN

Quake Wars supone una amenaza hasta para un título tan asentado como *Battlefield*. Aunque ninguno de los dos es innovador ni por su formato ni por su tecnología (*Quake Wars*, con su motor Doom 3, nace de *Enemy territory*, el *mod* de *Wolfenstein*, mientras que *2142* es una prolongación temática y de diseño de *Battlefield 2)*, en estos momentos *Quake* parece fresco, está hambriento de innovación y tiene una buena materia prima. Se dice que su código de red es capaz de gestionar más de 100 jugadores al mismo tiempo, mientras que *2142* sigue con un techo de 64 jugadores (quizá incluso menos en su nuevo modo, Titan). Lo que es más, dado el historial de Id y el pedigrí del clan Splash Damage, *Quake Wars* goza ya de unas impecables credenciales en su relación con la comunidad, un aspecto en el que, pese a sus esfuerzos, *Battlefield* siempre ha mostrado puntos débiles.

"No tengo nada malo que decir de ese juego –afirma encogiéndose de hombros **Marcus Nilsson,** productor de *Battlefield 2142*–. Sí, jugué con él en el E3; es un competidor nuestro, y lo sigo de cerca. Fue genial. La respuesta que debería darte es que siempre es bueno tener competencia, aunque no creo que tenga que ser así". Sin embargo, DICE se niega a caer en ninguna provocación contra su beligerante nuevo rival. Nilsson deja claro que lo peor que podría hacer es dejar de lado los puntos fuertes de *Battlefield* por querer reinventar la rueda: "Existe una diferencia esencial: en los juegos *2142* y *Battlefield* puedes hacer lo que quieras en cualquier momento, y lo transmitimos con mucha claridad". Para él, *Quake Wars* está más enfocado a los objetivos y el

principal. En él, cada bando posee una gran nave que sirve de base y planea sobre un extremo del mapa. En la primera fase de la batalla debes capturar los silos de misiles para reducir los escudos Titan del oponente; en la segunda debes intentar abordarle utilizando la artillería o, literalmente, disparándote fuera de las lanzaderas APC; la tercera consiste en una claustrofóbica batalla de pasillo inspirada en la escena de inicio de *La Guerra de las Galaxias* para activar la autodestrucción activando cuatro consolas. La habilidad de los jefes de escuadrón para decidir los puntos estratégicos será decisiva en esta fase tan territorial, aunque el Titan puede ser atacado desde el suelo si es necesario.

Se trata de una organización teatral y visualmente gratificante, sobre todo los lanzamientos de misiles que se activan cada vez que capturas una base, pero, en esencia, es una

FUERA DE RANGO

El sistema de ranking se ha ampliado, para evitar el infranqueable muro de dificultad que se alza frente a los nuevos jugadores de los juegos *online* competitivos transcurridos unos meses, una vez que la base central de aficionados tiene cierto nivel; pero Nilsson es cauto: "En *Modern Combat* intentamos atajarlo, no necesariamente con gran éxito, con servidores diferentes y segmentados. Estamos viendo cómo hacerlo también en *2142,* para gente con distintos niveles de habilidad. Pero también tenemos que andarnos con cuidado: cuando se lanzó *Battlefield 2* era realmente difícil conseguir un servidor. La experiencia final se volvió verdaderamente pésima. Tenemos que asegurarnos de que tenemos suficientes, y si empiezas por limitar el número de servidores en los que la gente puede jugar por culpa de la segmentación –con lo que puedes mirar pero no jugar–, es un problema".

La tecnología militar de las fuerzas de la UE es robusta y de perfiles rectos, mientras que los diseños de la coalición panasiática son más redondeados y futuristas. El estilo visual del juego se ha descuidado y quizá resulta demasiado convencional, pero se mantiene fiel al deseo de DICE de proyectar un futuro creíble y no demasiado fantasioso.

Los escenarios abarcarán desde la nevada Minsk hasta el más polvoriento confín del norte de África, pasando por toda Europa. La historia de fondo muestra a la coalición panasiática pugnando por más tierra disponible a medida que una nueva edad glacial obliga a su población a emigrar hacia el sur.



El Battle Walker panasiático es el favorito de Nilsson. "Es el más destructivo". Los pilotos controlan sus armas de tierra, y los pistoleros su batería antiaérea. Es tan entretenido que no importan sus problemas de maniobrabilidad.

Cada Titan puede moverse por el campo de batalla, pero sus armas –torretas de artillería que miran hacia abajo– son estrictamente defensivas e inofensivas contra las unidades aéreas que les ataquen.

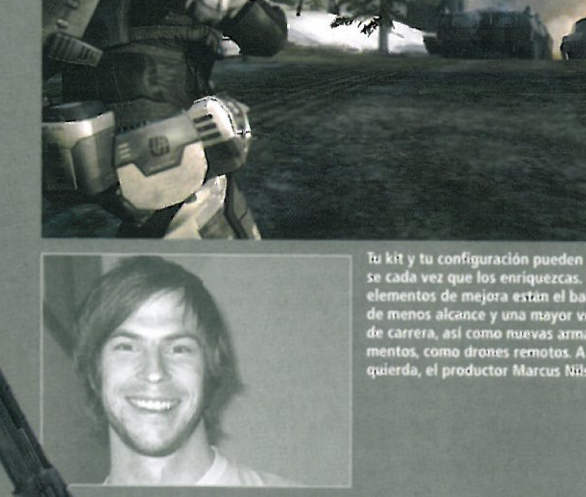
versión tridimensional de un sistema de juego tradicional de captura de bases, y el diseño interior de los propios Titan no parece demasiado inspirado. Es una lástima, porque para que las batallas Titan se diferencien de las partidas Conquest normales, la acción deberá contar con un fuerte gancho para que los jugadores dejen la acción a la que están acostumbrados.

Después del modo Titan, la novedad más importante de *2142* está, por así decirlo, fuera del juego en sí. Un nuevo sistema recompensa el juego con algo más que kudos (aunque habrá una oferta mucho mayor, con 43 rangos, un surtido de insignias de reconocimiento y una colección de placas de identificación para tareas especiales llevadas a cabo con el cuchillo). Los cuatro modelos –que son, más o menos, los estereotipos de médico, francotirador, ingeniero y auxiliar– se pueden mejorar, especializar o mezclar con una habilidad imbloqueable cada vez que asciendes de rango. Gracias a estas mejoras, los jugadores en equipo progresarán más rápido a través de los árboles de habilidades. No es un sistema exclusivista, pero sólo los mejores jugadores serán capaces de dominar todas las disciplinas, lo cual debería estimular tanto la diversidad como la lealtad al juego. Aunque Nilsson subraya que no es algo equivalente a los niveles de los juegos de rol, se inspira en la extraordinaria habilidad de *World of WarCraft* para enganchar a sus jugadores: "Estoy sorprendido de la cantidad de gente que se siente atrapada por el juego. Me gusta cómo intriga al jugador y a la comunidad que hay a su alrededor. El 80 por ciento del equipo juega a *WOW* más o menos a tiempo completo cuando sale del trabajo. Sería estúpido no tener como referencia un juego así".

Otra mejora que debe tener en mente DICE es la del soporte a la comunidad de jugadores. Nilsson admite: "No lo hemos logrado hasta ahora, pero estamos trabajando para lograrlo" –y DICE está dedicando ahora más personal a la gestión de esa comunidad, así como a promover los *mod*… además del lanzamiento de una beta abierta a mediados de agosto. Promete un juego con muchos menos fallos en esta ocasión, aunque su reputación está dañada por el poco eficaz sistema de parches de *Battlefield 2*. Con independencia de eso, Nilsson confía en que las recompensas de *2142* y su estilo libre ayudarán a mantener la envidiable posición de *Battlefield* como una elección popular, por delante del "amplio y sólido público" que está atrayendo *Quake Wars*. Las pruebas que EDGE ha hecho dejan cierto grado de incertidumbre: *2142* va a ser una inteligente variación sobre un juego casi clásico, pero el modo Titan no es lo suficientemente radical como para que no parezca conservador en comparación con la dura lucha de su competidor contra las convenciones.

Tal vez los seguidores de *Battlefield* lo que quieran sea conservadurismo, y puede que hagan bien, pero, cuando ambos títulos se enzarcen en una futura batalla entre ellos, ¿seguirán de su lado esos fans?





Tu kit y tu configuración pueden cambiarse cada vez que los enriquezcas. Entre los elementos de mejora están el balanceo de menos alcance y una mayor velocidad de carrera, así como nuevas armas y elementos, como drones remotos. A la izquierda, el productor Marcus Nilsson.

TÍTULO: **BATTLEFIELD 2142**
PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **EA**
ESTUDIO: **DICE**
ORIGEN: **SUECIA**
LANZAMIENTO: **OTOÑO 2006**


¿LAS CHICAS SON GUERRERAS?



DIEZ AÑOS DESPUÉS DE LARA, ¿POR QUÉ ES TAN DIFÍCIL QUE UNA MUJER PROTAGONICE UN JUEGO?

En el E3 de este año deslumbraron los efectos de iluminación, las explosiones y el nuevo hardware, pero tanto brillo no logró arrojar luz sobre una sensación persistente, la de que se estaba pasando algo por alto. Si las presuntas medidas contra el uso sexista de las azafatas apenas se percibieron, en los propios juegos se observó una ausencia de presencia femenina mucho más alarmante. De los cientos de títulos importantes mostrados, apenas cinco tenían protagonistas femeninos. Dos de ellos son provisionales: la Mary Smith de *Heavy Rain* puede que sea solamente la protagonista de su sesión de casting, y aunque el tráiler de *Final Fantasy XIII* parecía presentar a una chica protagonista –sería la primera de la serie, lo que es casi una revelación tan asombrosa como que *Zelda* fuera capitaneado por la propia Zelda–, se quitó importancia a este hecho en el siguiente número de *Famitsu*. A Square Enix le gustaría ofrecer una mujer fuerte e independiente, decían, pero no tenía por qué ser el personaje principal. Así que quedan tres: las versiones para consola de bolsillo de *Tomb Raider Legend, Metroid*



Los estilos de lucha de los personajes femeninos y masculinos suelen ser diferentes. Con Nariko puedes pasar de uno a otro. Es una solución inteligente para un problema de diseño habitual.

Prime 3: Corruption, y nuestra apuesta el E3, *Heavenly Sword*. Mientras que aún se debate a la mujer como jugadora, hay una cuestión mucho más sencilla: cómo introducir a las mujeres en los juegos. Es un problema a tres bandas. Por el lado de la industria está la duda de si habría demanda de títulos pensados para jugadoras. En la fase intermedia está la cuestión de si los distribuidores están dispuestos o no a correr el riesgo de financiar tales proyectos... y sigue siendo una incógnita, con independencia de cuántos millones de unidades siga vendiendo *Tomb Raider*. La tercera cuestión, la principal, es la que menos suele formularse: ¿Por qué no hay más desarrolladores haciendo juegos con protagonistas femeninos?, ¿es que no quieren, o es que no saben?, ¿qué cambio supone para el diseño de un juego alterar los cromosomas de su estrella?

"QUERÍAMOS UN PERSONAJE CON EL QUE SIENTAS EMPATÍA. Y NO PUEDES SI TIENE PINTA DE PUTA BARATA"

"Es una observación interesante... no había reparado en ello –admite **Ragnar Tørnquist,** director de *The Longest Journey* y *Dreamfall*–. La verdad es que debería. Me he esforzado al escribir papeles para mujeres en nuestros juegos, y he hablado mucho sobre ello, pero lamentablemente sigo dando por supuesto que los juegos tienen protagonistas masculinos". Es todo un síntoma de lo enraizada que está la reticencia en uno de los diseñadores de juegos más famosos para conceder protagonismo a las mujeres, como él mismo reconoce: "Lo difícil de responder es: ¿aceptaría, incluso yo mismo, que *Splinter Cell* nos presentara a Samantha Fisher, o que el próximo *GTA* estuviera protagonizado por una chica que buscara al novio que la traicionó... estamos todos nosotros, como jugones, preparados para eso? Y si no lo estamos, ¿cómo podemos esperar que los productores lo estén? La alternativa es apostar por títulos nuevos adaptados a protagonistas femeninas, pero la industria tiene actualmente una forma de trabajar que no suele recibir muy bien a las nuevas ideas... ni a las protagonistas femeninas".

En las escasas ocasiones en que la industria está dispuesta a aceptar una nueva heroína, el resultado tal vez tenga tanto éxito que resulta difícil comprender por qué sigue habiendo dudas. Puede concederse cierto peso al argumento de que *Tomb Raider* fuera una excepción, pero es difícil pasar por alto la cálida recepción a *Heavenly Sword* y a su heroína Nariko. ¿Cuánto tuvo que pelear Nina Theory en su búsqueda de un distribuidor que la mantuviera tal como es? "Vimos la opción de tener un protagonista masculino –confirma **Nina Kristensen,** ninja jefe de desarrollo y cofundadora de Ninja Theory, cuando se le pregunta si recibió presiones para alterar el género del personaje –pero el con-



Dead or Alive: Ultimate permite que las mujeres estén todo el tiempo en la fase central del juego, pero las deja sin energía suficiente para cumplir con su inquietante papel de agradar a la vista.

LO MÁS HABITUAL

Soñadoras, estudiantes, fotógrafas, estrellas pop... las protagonistas femeninos se han anclado en papeles fuera del ambiente militar. *FFX-2* proporcionó un buen ejemplo cuando Yuna, después de que salvara al mundo, colgó el hábito y se convirtió en una estrella del pop. Algunos analistas (y muchos jugadores) desdeñaron el juego por arrancar con un número de baile donde *FFX* abría con un apocalipsis, pero su valiente reinvención de la protagonista, y del juego, enorgullecería al propio David Bowie. En *Silent Hill 3* el peor día de Heather en el centro comercial precedió a la exploración de *Manhunt* del horror de los suburbios: muchos de sus momentos más impactantes estaban libres de terrores sobrenaturales, generando la adrenalina más bien a partir de una Muchachita Perdida en el bosque de hormigón. Y tanto la Zoë de *Dreamfall* como su predecesora *April de The Longest Journey* se preocupaban por algo más que el conflicto entre ciencia y magia: elegir su camino a través de sus relaciones con amigos, familiares y la vida moderna.



cepto simplemente no se prestaba a ello. Otros distribuidores querían que se viera más chicha, pero nosotros queríamos crear una sensación real de dramatismo para un personaje complejo con el que puedas sentir empatía. Y no puedes si tiene un aspecto de puta barata. Queríamos que Nariko fuera elegante, guapa, sexy, vulnerable y dura. Su vida no ha sido fácil, pero ha moldeado su carácter. De ningún modo podía ser la típica muñequita: teníamos que hacer un personaje más definido y profundo".

Esa tensión provocada por el hecho de que los distribuidores esperan que los personajes femeninos sean zorritas en las carátulas y serviciales en el campo de batalla parece endémica. **David Cage,** el hombre que está tras el personaje llamativamente anodino de Mary Smith del trailer de *Heavy Rain*, es muy crítico: "Hay un gran error en cómo trata la industria a las mujeres. En la mayoría de juegos tienen un papel porque son atractivas, o porque el héroe tiene que salvarlas, o no tienen ningún papel. Es una visión simplista creada por adolescentes imbéciles para adolescentes imbéciles. He oído a los responsables de marketing, sobre todo en Estados Unidos, decir que un personaje femenino tiene que ser sexy para tener éxito en su territorio... lo que es bastante gracioso teniendo en cuenta sus absurdas políticas de censura".

La consecuencia es que el género del personaje se convierte en una veleta que gira hacia "masculino" o "femenino" –un enfoque seguido por la mayoría de juegos de rol unisex– sin tener en cuenta la diferencia básica que puede suponer para la experiencia del juego. Son poquísimos los juegos en los que el hecho de que la protagonista sea femenina comportan una experiencia final diferente: pese al toque irónico, el trío femenino de *Final Fantasy X-2* creaba un ambiente de fiesta de pijamas de niñas muy acorde con los saltos del juego entre la excitación maniaca y una ligera nostalgia... y el sistema Dressphere, que permite pasar a otro rol con un cambio de (fabulosos) trapitos, sólo podría haber funcionado en combinación con la gracia femenina.

"El género no debería ser nunca una elección simplemente estética, aunque en la mayor parte de los casos, lamentablemente, lo es –alega

Las dudas sobre si los seguidores de *Halo* seguirían a una chica brtánica fueron rebatidas por Jo Dark, que ni era británica ni muy femenina.Una oportunidad perdida para modificar la tendencia de FPS a conceder a las armas todo el protagonismo, sin siquiera un frame dedicado a cepillar ese desacertado flequillo y quitárlo de los ojos ni a cuidarse las uñas (que se no se ven aquí).



Tørnquist–. Hombres y mujeres son diferentes, y no hay nada malo ni sexista en hacer de eso una parte integral de la dinámica del juego y de la línea argumental. Pero la mayoría de los desarrolladores tienen miedo de ofender, o quizá hay gente que se siente agraviada con demasiada facilidad, por eso es igual que elijas hombre o mujer en un juego, es una opción más, como el color del pelo o la ropa. Eso tiene que cambiar". Las protas tienen que ser bastante atractivas como para agradar al distribuidor, pero tan asexuales como para gustar al censor; lo bastante femeninas como para que tenga sentido haberla elegido, pero tan marimacho como para ejecutar las violentas tareas que constituyen la base de casi todos los juegos basados en guión. Para apreciar la magnitud del problema, imagina como sería *God of War* con una chica: si su protagonista fuera una furia pecosa y bronceada buscando venganza por la muerte de su hijo y la locura de su marido guerrero, ¿sería menos despiadada y terrible en combate, menos inquebrantable en su propósito? Lo que es más significativo: ¿podría ser tan agresivamente sexual como para comandar un trío con dos hombres sometidos a ella? ¿Puedes imaginarte un personaje femenino contoneándose tras una orgía con una gran sonrisa y un subidón de salud? Puede que sea fácil burlarse del estereotipo



Pese a que la prota del tráiler de *Final Fantasy XIII* no hacía nada que un hombre no pueda (un salto mortal, disparos y una pose con el pelo al viento), aún no es seguro que esté en el juego.





"TENDRÍAS QUE ESFORZARTE PARA PRESENTAR UN PERSONAJE FEMENINO PEOR DE LO HABITUAL"

de que los personajes masculinos son lentos, fuertes y buenos con sus puños, y los femeninos son rápidos, débiles y buenos con la mente, pero es casi imposible zafarse de una señora Kratos.

Pero si los diseñadores de juegos limitan las acciones de los personajes femeninos, peor son las restricciones sobre su aspecto. Los aficionados a los juegos (quizás un poco acomplejados por lo que piensa la mayoría de la gente aún sobre su *hobby)* son suspicaces en extremo sobre cualquier cosa que sugiera pornografía. ¿Cómo se las arreglan los diseñadores de juegos para lidiar con ese extraño doble rasero? Las heroínas de los dos juegos de Tørnquist pasan algunas escenas en ropa interior (algo razonable, ya que la Zoë de *Dreamfall* empieza el juego la interminable y perezosa mañana en que deja la universidad... aunque no puede evitar arriesgarse a producir una sensación de exhibicionismo más que de intimidad). "La segunda Zoë se levanta y empieza a pasearse, a hablar de su vida, y deja de ser voyeurismo para convertirse en realidad, lisa y llanamente. Hay algo tan normal pero tan desconcertante en el hecho de presentar a la protagonista de un juego de esta manera, que no pude resistirme –explica Tørnquist–. De modo que no, nunca he tenido que autocensurarme en los personajes femeninos. Después de todo, tendrías que esforzarte mucho para plantear un personaje femenino peor de lo que suele ser habitual en los juegos.

El problema inverso se manifiesta en juegos como *Red Ninja.* Criticado en muchas revistas por sexista, muestra una heroína, Kurenai, que es lo más parecido a la señora Kratos que un juego se ha arriesgado a hacer. Alimentada por un deseo de



Kratos, de *God of War*, es el héroe de acción por antonomasia. Pero, si el poder de los videojuegos está en hacer posible cualquier cosa, ¿qué impide que recaiga en una mujer ese papel?

venganza increíblemente cruel, venga la matanza de su familia, recurriendo a cualquier medio, incluido el infame recurso de atraer a los guardias con una insinuación de su muslamen antes de rebanarles el pescuezo en silencio. Lo interesante es que sus acciones y su retrato muestran el doble de recatamiento y de determinación que el desfile de ojos de gacela de los elásticos personajes de *Dead or Alive*, pero suscitaron el doble de objeciones.

Y hay una moraleja. Puede que Lara constituyera una chica de portada inverosímil y espeluznantemente geométrica para la revista *The Face* en 1997, pero los personajes femeninos de los juegos tardaron siete años más en entrar en la erótica general de las páginas de *Playboy.* Hasta la fecha han aparecido en la portada de la revista dos *Girls of Gaming:* sólo dos entre los 16 personajes que han protagonizado sus respectivos juegos. "Es absurdo



PATADITAS

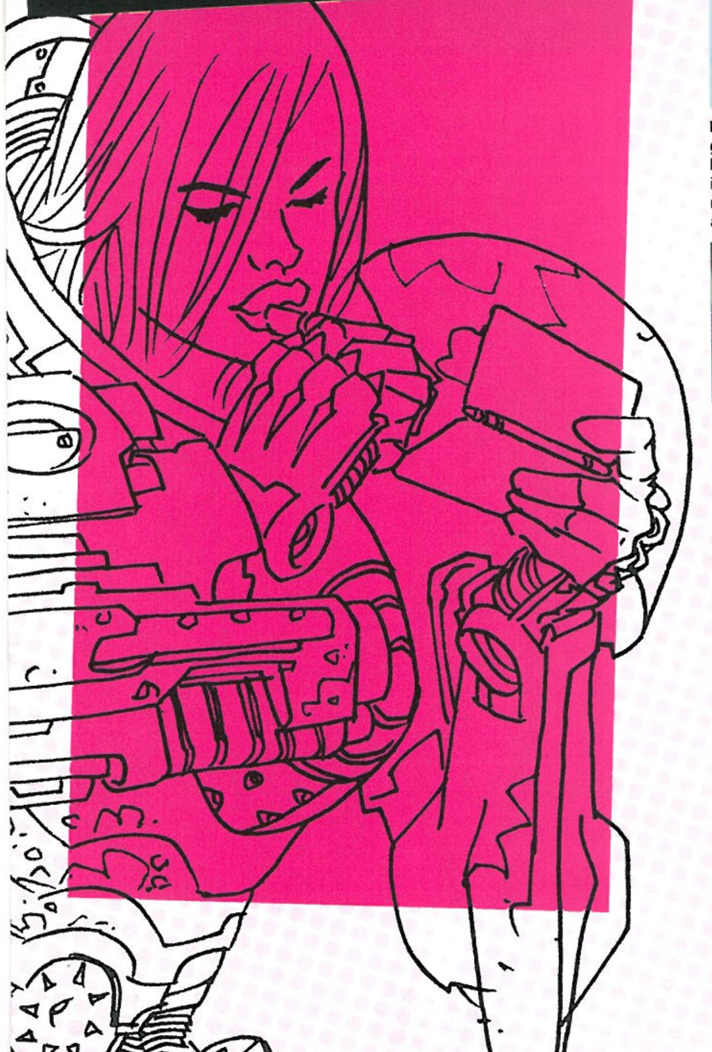
Los juegos de terror han ofrecido una prometedora carrera a las protagonistas femeninas –los títulos de supervivencia de desarrolladores japoneses cuentan con muchas mujeres en los papeles estelares–. Aun así, han evitado el terror relacionado con la esencia femenina, como el que acusó al Bebé de Rosemary o, en sentido inverso, a Medea. *Silent Hill 3* se acerca, pues su heroína soporta una indeseada concepción inmaculada. Algunos de los momentos más oscuros tanto de *Siren* como de su continuación (arriba) vienen de la figura de una madre de alquiler protegiendo a su criatura, pero nunca de la visión explícita de una madre con niño amenazado. Se ha infravalorado la tensión física y psicológica que puede aportar. Implica emociones complejas, pero, al tiempo, hace sentir una punzada de terror con la misma eficacia que una explosión de gore (sirva de pista los huérfanos de Jade en peligro al principio de *Beyond Good & Evil*). Tal vez la industria todavía identifica el instinto maternal con la seguridad del hogar y los mimos de mamá, la antítesis de la aventura; o quizá es que no es todavía capaz de expresarlo con algo mejor que un trabajo QTE.

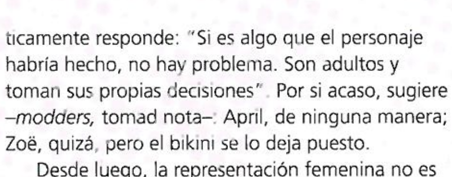


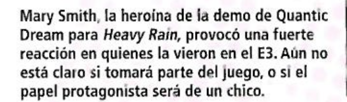


ROMANCE ETERNO

Las aventuras amorosas dentro de los juegos rara vez van más allá de un nivel y suelen centrarse más en la física que en la química. La industria no parece estar preparada para comprometerse. La valiente historia romántica *Plundered Hearts* de Infocom consiguió que los jugadores conectaran con su aturdida inglesa en un juego de aventura a base de texto en 1987, pero es poco probable que los jugadores masculinos estuvieran igual de cómodos ante una versión 3D. Aun así, aparecen momentos de tímido amor entre las ruinas de la acción. *The Longest Journey* (arriba) hace que April reciba proposiciones de un aburrido huésped con tal falta de tacto que sólo puede haber experimentado un romance como si fuera un juego de rol, mientras que *FFX-2* explora el amor no correspondido en *FFX* desde el lado de la heroína, centrándose no en la persona, sino en la relación amorosa. Es suficiente para hacer que desees que algunas de esas otras parejas convincentes de los videojuegos se hayan roto: el romance crepuscular de *Prince of Persia* quizá no habría acabado bruscamente si hubiera situado la historia en Farah durante el reencuentro del Principe con la pubertad.







Mary Smith, la heroína de la demo de Quantic Dream para *Heavy Rain*, provocó una fuerte reacción en quienes la vieron en el E3. Aún no está claro si tomará parte del juego, o si el papel protagonista será de un chico.

que un personaje modelado en 3D se convierta en la fantasía sexual de alguien. Para bien o para mal, hemos abierto una puerta con ese paso que nunca jamás volverá a cerrarse –asegura Tørnquist–. Supongo que es un paso adelante para la industria, ahora que tenemos las herramientas, la tecnología y la habilidad para crear un personaje digital tan real que los hombres la desean. Si supone un paso adelante para los personajes femeninos de videojuegos es una cuestión totalmente distinta: la fantasía masculina de la mujer 'perfecta', recreada digitalmente, ha supuesto un problema para la industria, y colocar nuestras muñequitas megaperfectas en el centro de una diana pública no va a servir de gran ayuda". Le pregunto si él habría aprobado las poses de las heroínas de *TLG*, a lo que diplomáticamente responde: "Si es algo que el personaje habría hecho, no hay problema. Son adultos y toman sus propias decisiones". Por si acaso, sugiere –*modders*, tomad nota–: April, de ninguna manera; Zoë, quizá, pero el bikini se lo deja puesto.



La Jade original de *Beyond Good & Evil* –una ingenua francesa de grandes ojos dispuesta a destronar a Betty Blue de las paredes de las habitaciones de los estudiantes– fue descartada. La versión inicial (arriba) sugiere una prometedora fantasía que está a un mundo de distancia de los duelos y los cazas de guerra; un ambiente quizá demasiado soporífero y demasiado femenino.

Desde luego, la representación femenina no es un problema exclusivo de los videojuegos: tras escribir para la pantalla tanto como para el monitor, Tørnquist compara los juegos con las producciones de Hollywood, pues ambos proyectos se basan en presupuestos galácticos para atraer a audiencias lo más amplias posible. "Siempre hay una chica, pero protagonizan pocas películas. Se han vuelto más fuertes e independientes, pero al final caen en el estereotipo. La televisión es similar: *Buffy la Cazavampiros* fue una gran inspiración para el personaje de April Ryan en *TLJ*... pero incluso en series como *Perdidos*, en las que existen mujeres fuertes, a menudo observan y obedecen más que liderar".

Pero incluso aunque los buenos diseñadores de juegos sean capaces de hacer malabarismos con los prejuicios, ¿no será que el mercado simplemente no está interesado? Es una idea tan extendida que rara vez se cuestiona, pero que, vista desde fuera, resulta absurda. Es difícil olvidar lo que dijo Alan Moore, gurú de los cómics británicos, en respuesta a la recepción que los lectores de la revista *2000AD* dieron a su (extra-)ordinaria heroína Halo Jones: "¿Qué pasa? ¿No os gustan las





Los ataques de seducción de Kurenai de *Red Ninja* causaron tanto asombro como el largo del vestido. Es sexismo inverso ver una prota con un guión potente y una mente propia anulado por su talla de sujetador.

chicas?". Para Kristensen la cuestión es la misma: "¿Por qué preferiría un mercado sobre todo masculino jugar encarnando a un sudoroso fortachón en vez de una esbelta y atractiva chica como Nariko?". Tørnquist va más lejos: "El problema reside en los desarrolladores y todavía más en los editores: hay muchísimos desarrolladores que ni siquiera saben crear protagonistas femeninos, y los distribuidores temen dejarles intentarlo. No creo que los tíos tengan un problema con jugar con personajes femeninos. Más bien lo contrario, muchos de nosotros lo disfrutamos, en secreto... o no tan en secreto, en mi caso. La excusa que dan los jugadores varones es 'si me voy a pasar las próximas 20 horas mirándole el culo a alguien...', que me parece que es una estupidez. Todos estamos fascinados por las mujeres y por su forma de ser, y cualquier cosa que nos ayude a entenderlas mejor, o que nos permita introducirnos en sus cabezas durante un segundo, merece que nos apuntemos". Cage es todavía más ambicioso: "Si parte del placer de jugar con juegos procede del hecho de ser otra persona, ser una chica ha de resultar una experiencia muy interesante. Cambiar de perspectiva cuestiona nuestra identidad y nuestra relación con los demás, y seguramente hay mucho que aprender sobre nosotros mismos poniéndonos en el lugar de otros: jugar con personajes que han sufrido racismo o sexismo, por ejemplo, puede permitirnos comprender mejor cómo se sienten esas víctimas. Incluso aunque 'sólo sea un juego'".

"SI PARTE DEL PLACER DE JUGAR PROCEDE DEL HECHO DE SER OTRO, SER UNA CHICA HA DE RESULTAR MUY INTERESANTE"



Para Ninja Theory, las ventajas de coronar a Nariko como reina de E3 estaban claras. "Creo que ha sido enormemente ventajoso –proclama Kristensen–. ¿Cuántos protagonistas masculinos de acción viste en E3 que pudieras distinguir del resto? En cambio, miras la cara de Nariko y te cuenta una historia. A la gente le encantan las historias y aprecian lo que ven que obtendrán de ella. Creo que la gente estaba inconscientemente esperando a una nueva protagonista mujer".

Puede que existan ideales a largo plazo que impliquen que los juegos deberían tender a una mayor equidad, pero hay también ventajas a corto plazo que hacen de las mujeres uno de los recursos menos explorados del diseño de juegos. Incluirlas más permite duplicar las opciones que se abren al juego, antes de cuestionar siquiera cualquiera de las ideas que pueden atraer a más mujeres a la creación y al disfrute de juegos. Una mejor explotación de las mujeres podría sugerir la aparición de nuevos modos de jugar, nuevos personajes y nuevas historias. En un momento en que las mejoras en la fidelidad visual, las técnicas de animación y la sofisticación de la inteligencia artificial ignoran la mitad de las posibilidades que ofrecen resulta más estúpido que nunca, podría hacer menos solitario el paso de la próxima generación a través de las sombras del Valle de lo Desconocido.



REINAS ASESINAS

Samus Aran es la única entre las heroínas de acción que viste de manera sensata para luchar, pero pese al interés de Nintendo en no destacar su género, salía del traje con unas mallas y el pelo rubio cardado. El aspecto de sus aventuras ha mejorado al mismo tiempo que lo ha hecho su perfil de ninfa enfundada en un mono. La Vanessa de *PN03* debería ser el mejor ejemplo de la irrelevancia del sexo del personaje principal de un juego. El director, Shinji Mikami, aseguró que la apariencia de su personaje le traía totalmente sin cuidado, y que nació chica por un capricho del artista. Pero el juego llegó a girar en torno a la altanera seducción de sus caderas, y el rifle de asalto, más propio de un jovenzuelo, que llevaba al principio fue sustituido, para no arruinar su atractivo.

"Lara es evidente, pero nunca debería ser subestimada –opina Tørnquist–, es una mujer rica, inteligente, bonita, aventurera, atlética, orgullosa, que consigue ser femenina y poderosa; no es simplemente un héroe masculino de acción con tetas". Quizá el problema con Lara tenga menos que ver con los vestidos de cóctel y sus *tops* que con los jugadores que orientan la cámara sobre su escote.



¿Logrará Francia ser la vanguardia a la hora de marcar tendencias en el videojuego?, ahora sólo la superan Japón y Estados Unidos

A veces parece como si la industria de los videojuegos se hubiera estancado en la Guerra Fría, viviendo un enfrentamiento entre dos grandes superpotencias en el Este y el Oeste, Japón y Estados Unidos, con sus enormes mercados nacionales, sus plataformas preferidas, sus titanes de la distribución y sus ejércitos de desarrolladores. Los grandes videojuegos se hacen en todo el mundo, desde luego –muchos de ellos en Europa, algunos en España– y el mercado europeo (tomado en conjunto) posee un tamaño y una influencia tremendos. Pero si miramos cada país, a todos les falta un eslabón de la cadena, el que forman los distribuidores, compañías con la potencia, visión y decisión que tienen Capcom o Electronic Arts, que tengan una filosofía propia de la producción de juegos. Esta carencia se produce en todas partes menos en una: Francia,.

Sobre el papel, Francia podría reclamar el título de tercera superpotencia de los videojuegos. Tres de los mayores editores del mundo, Atari (en su encarnación actual como marca de Infogrames), Vivendi Universal Games y Ubisoft tienen sus raíces en el país vecino. Eso sobre el papel, porque en la realidad esa imagen resulta mucho menos clara. Vivendi es un conglomerado multinacional cuyos intereses van mucho más allá de la rama dedicada al videojuego, está dirigido desde Estados

El toque francés

Existe un estereotipo sencillo del típico juego francés, pero la realidad es mucho más compleja. Junto a aspiraciones artísticas y experimentos minoritarios se aprecian tendencias como un enfoque pragmático a la enorme industria de los juegos de deportes, y un gran talento para aplicar verdaderas innovaciones en franquicias por lo demás conservadoras. Sigue leyendo para conocer los seis juegos que mejor representan el verdadero rostro de los videojuegos franceses.

TrackMania (Nadeo, 2003)

Iconoclastia indie



Nadeo presume de su sencilla serie, compatible con la falta de ancho de banda, de juegos guapos de carreras *online*, con opciones de *track-building* y millones de jugadores en línea en todo el mundo (más, por cierto, que cualquier otro título para Xbox Live). Es el producto del trabajo de un equipo de una docena de personas y una particular metodología de desarrollo basada en un proceso de actualización extremadamente rápido. "Nuestro sueño es ser capaces de hacer una versión nueva cada tres meses, y el problema es que trabajamos tanto con esa meta en mente que no hacemos juegos nuevos", se lamenta Castelnerac.



David Cage, de Quantic Dream, escritor-director de *Fahrenheit*.



David Cohen Corval, antiguo director creativo de Nevrax.



***Test Drive Unlimited*, de Eden, es un ejemplo de cómo poner a prueba el mercado masivo.**

Unidos y realiza poca o ninguna inversión a estimular el desarrollo en su país de origen. Atari toma sus decisiones también ahora desde el otro lado del Atlántico, se encuentra en un estado de incertidumbre financiera y vendió la mayoría de sus activos franceses hace algún tiempo, aunque mantiene vínculos con Francia, sobre todo con el lanzamiento de *Fahrenheit* de Quantic Dream, y a través de la propiedad de Eden Games, de Lyon (que actualmente desarrolla *Test Drive Unlimited* y el próximo *Alone in the Dark)*.

Pero aún queda Ubisoft. El tercer productor de más éxito en el mercado europeo y el quinto en el norteamericano, con una plantilla propia de desarrolladores que sólo se sitúa por detrás de la de EA: en términos prácticos, no existe otra compañía de su tamaño en el mundo fuera de Japón o Estados Unidos. El fundador, presidente y consejero delegado **Yves Guillemot** la considera "una compañía internacional", y no le falta razón teniendo en cuenta que tiene sus estudios principales en Montreal, Shanghai, y repartidos por Europa, Estados Unidos y el norte de África. Pero su cuartel general se encuentra en Francia, en las afueras industriales de París, donde Guillemot y el influyente director creativo **Serge Hascoët** lideran la visión del superdesarrollador. También mantiene tres estudios importantes en el país, incluyendo el hogar en Montpellier de su estrella **Michel Ancel,** y otras desarrolladoras francesas están trabajando en el desarrollo de ocho títulos propios.

Tras el auge de los 16 bits, época de consolas en la que la fama gala creció gracias a juegos de aventuras de tipo narrativo y hermosos gráficos, los desarrolladores galos sufrieron a partir del estallido de la burbuja tecnológica. Pero hoy se pueden apreciar evidentes indicios de un renacimiento con desarrolladores como Quantic, Eden y Arkane Studios (que trabaja ahora mismo en *Dark Messiah of Might and Magic* para Ubisoft) y títulos que siguen con habilidad las normas para conseguir el atractivo comercial y la innovación en la mezcla de géneros. La cuestión es si estos desarrolladores son capaces de satisfacer las demandas de un mercado cada vez más global y competitivo sin perder el característico sabor francés, del mismo modo que lo han conseguido hacer sus colegas de las industrias del cine y del cómic. Más aún: ¿sería malo que no lo consiguieran? En realidad, ¿existe algo



***Dofus*, de MMO, demuestra cómo toma un independiente francés una actitud innovadora y democrática para el juego *online*.**



Para Castelnerac, su juego *TrackMania* prueba que las redes como Xbox Live no son la clave para el éxito *online*, y que la creatividad sí lo es.

que pueda denominarse 'juego francés'? En estas páginas podrás encontrar una muestra representativa de la industria francesa, desde ejecutivos y diseñadores estrella hasta creadores independientes, para que te hagas una imagen de esta poderosa y contradictoria fuerza creativa.

El mejor lugar para comenzar es el principio, y Nicolas Gaume tiene la mejor perspectiva para hablar de este asunto. En su más tierna adolescencia fue un programador de garaje, antes de fundar Kalisto, la empresa desarrolladora de los títulos *Dark Earth* y *Nightmare Creatures,* allá por 1990, con 19 años. Cuando la compañía se desplomó en el *crack* bursátil de 2002 se pasó a la consultoría, y ahora encabeza la división sobre juegos móviles del grupo multimedia Lagardère.

"En los años 80 nuestra industria era muy diferente, por ejemplo, de la británica –explica–. La industria comenzó allí muy temprano, con productores que procedían de campos como la música y el entretenimiento. Y en Gran Bretaña había diseñadores de hardware muy dinámicos como Sinclair, que marcaban las tendencias en la creación de contenido. Había gente competente en la distribución y el desarrollo mucho antes que en Francia, incluso que en Estados Unidos. Fue EA la que inventó el término 'productor'; el núcleo de su modelo de negocio residía en encontrar un vínculo entre el negocio de vender y el de arte de crear software.

Pero en Francia, el arte y el negocio siempre han estado muy separados. Tenemos una relación complicada con el dinero, y el arte es visto más bien como un fin

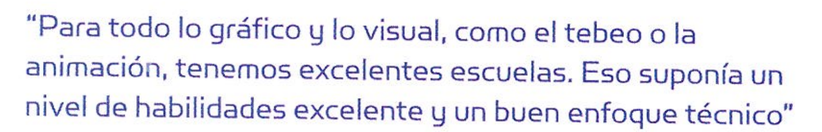


La ambientación del próximo *Alone in the Dark* en Central Park no es una concesión yanqui. Nadal dice que hace seis años era el lugar ideal para un juego.

en sí mismo. Quiero decir que había una segmentación muy nítida entre el mundo del desarrollo y el de la comercialización. Creo que estos distribuidores se hicieron más fuertes porque tenían que potenciar las estructuras de distribución y no corrieron demasiados riesgos en el desarrollo. Además, salieron a bolsa mucho antes. Por un lado, la verdad es que eso no estimuló mucho el panorama creativo francés, pero por el otro, lo expuso a más títulos de éxito, como *Alone in the Dark*. Pero todo ello supuso que hubiera menos desarrolladores independientes, y ese sigue siendo el caso hoy día".

La facilidad con que Gaume emplea el término 'arte' para referirse a la creación de juegos es significativa, y toda una muestra de la actitud con que los desarrolladores franceses afrontaban ese momento. Había una abundancia de juegos de aventuras con historias muy desarrolladas, mundos realizados con asombrosa profundidad, impactantes gráficos y, con bastante frecuencia, con una tecnología notable tras ellos: juegos como *Captain Blood, Mortville Manor* y *BAT* de compañías como Cryo, Lankthor y Delphine. Incluso había un nombre para el fenómeno: 'el toque francés'. Los creadores galos fueron sorprendentemente receptivos a la influencia de otros medios que, en Francia, tenían un intenso sabor local y un espíritu independiente indomable.

"Los cómics franco-belgas desempeñaron un papel importante", apunta Michel Ancel, creador de *Rayman* y *Beyond Good & Evil*. "Los autores franceses de tebeos son tremendamente creativos. Cuando era joven, me encantaban Astérix y Gaston Lagaffe. Pueden mencionarse autores como Franquin por su influencia sobre nuestros juegos. Presto gran atención a los libros de cómic franceses. Son uno de los últimos reductos donde encontrar autores alucinantes. Cada vez hay menos medios que permitan una dosis tan grande de libertad creativa".



"Para todo lo gráfico y lo visual, como el tebeo o la animación, tenemos excelentes escuelas. Eso suponía un nivel de habilidades excelente y un buen enfoque técnico"

"Los juegos de aventuras aprovecharon este interés que los franceses sentimos por el arte –indica Gaume–. Contamos con una industria del cómic de verdad potente, y numerosas ayudas gubernamentales para la producción de cine. De hecho, para las artes visuales en general... quizá el hábito se remonte a las pinturas impresionistas, o a los cineastas pioneros como Meliès. Para todo lo que tenga relación con lo gráfico y lo visual, como el tebeo o la animación, tenemos excelentes escuelas. Eso suponía que teníamos un nivel de habilidades excelente y un buen enfoque técnico. Nuestro punto débil siempre fue tender un puente entre los elementos del juego".

Es una manera diplomática de decir que, aunque esa época dio varios clásicos importantes, como *Another World*, de Delphine, acabó con *Alone in the Dark*, y muchos juegos con "toque francés" ofrecían un *gameplay* mediocre, más allá de su presentación y su tecnología avanzadas. Lo que había sido un argumento comercial pronto se convirtió en un lastre, y la generación actual de creadores no



David Cohen Corval, creador de *Ryzom*, de MMO, dice que su equipo francés era creativo pero sin la disciplina norteamericana.



Colantonio, de Arkane, se enamoró de *Ultima* a los nueve años; siempre le han gustado más los juegos de rol estadounidenses que en los juegos franceses, lo cual se refleja en su último título, *Dark Messiah of Might and Magic*.



David Nadal, de Eden, dirige *Test Drive* y *Alone in the Dark*.



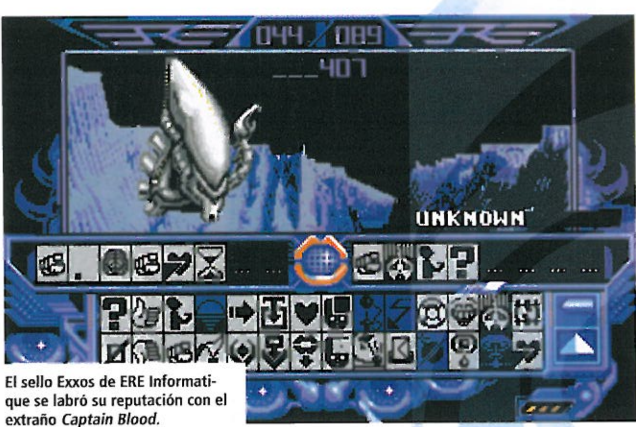
Eric Viennot, cofundador del estudio multimedia Lexis.

Top Spin (PAM, 2003)

Deportes de interés especial



Gracias a que trata un tema que está muy en boga, la excelente simulación de tenis de PAM es el juego deportivo más sobresaliente que haya salido de Francia, pero no es más que la punta de un iceberg sorprendentemente grande. Los deportes minoritarios son una especialidad para la industria francesa de videojuegos, sobre todo entre independientes que intentan renovar sus ingresos: Nadeo ha lanzado su serie de simulación *Virtual Skipper*, Lexis las aventuras ecuestres de *Pipa Funnel* y Cyanide se gana el pan con *Cycling Manager* y *Winter Challenge*. Pero Eden se muestra frustrada porque se trata de un mercado con un encanto europeo, como David Nadal dice: "Si fuera a Estados Unidos y hablara sobre *V-Rally*, me dirían: '¿V-qué?'".



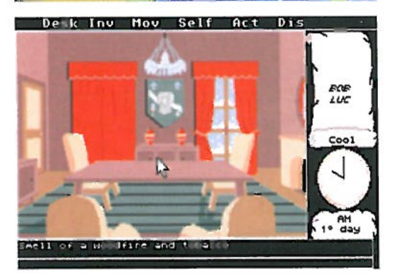
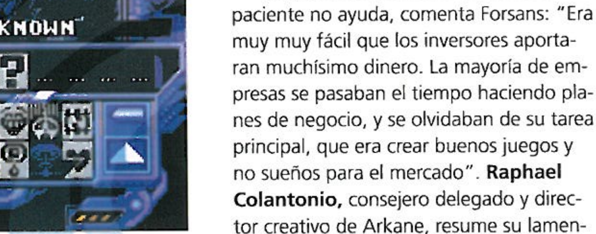
El sello Exxos de ERE Informatique se labró su reputación con el extraño *Captain Blood.*

tardó mucho en distanciarse de esta posición. "No me gustan nada esas expresiones –afirma **David Nadal,** cofundador y director de juegos en Eden, una compañía joven que se labró un buen nombre en un campo muy diferente, con la serie *V-Rally*–. La expresión 'toque francés', por ejemplo, para mí se ha vuelto peyorativa". **Emmanuel Forsans,** veterano de Cryo que actualmente dirige el portal de desarrollo francés de la AFIV (Agence Française pour le Jeu Vidéo), está de acuerdo: "Antes se percibía el desarrollo de juegos demasiado como una forma de arte. Lo primero era ser famoso, hacer juegos por ti mismo. Hoy la gente trabaja para hacer dinero, lo cual es una novedad, y, en mi opinión, una novedad positiva".

Un mercado financiero demasiado impaciente no ayuda, comenta Forsans: "Era muy muy fácil que los inversores aportaran muchísimo dinero. La mayoría de empresas se pasaban el tiempo haciendo planes de negocio, y se olvidaban de su tarea principal, que era crear buenos juegos y no sueños para el mercado". **Raphael Colantonio,** consejero delegado y director creativo de Arkane, resume su lamento: "Estábamos sufriendo una mala imagen, se decía que los juegos que hacíamos aquí eran fuertes artísticamente pero con un gameplay muy aburrido y flojo. La inversión no era excesiva comparada con la de otros países, así que supongo que el país se quedó atrás durante un tiempo".

Por otro lado, el resultado fue un colapso del desarrollo sobre suelo francés, agravado por el empeño de la cultura francófona al otro lado del Atlántico por fortalecer su presencia en la industria. "Había unas 5.000 personas trabajando en el desarrollo en Francia y hoy quedan unas 500", advierte Gaume. "Quebec ha sido muy agresivo en el desarrollo de un entorno multimedia. En Kalisto, entre 50 y 100 personas se mudaron a Quebec: fue un verdadero éxodo". Curiosamente, Ubisoft instaló su mayor factoría de juegos en la capital quebequesa, Montreal.

Pero si los desarrolladores galos fueron golpeados con más dureza que otros por la explosión de la burbuja tecnológica, puede decirse más bien lo contrario de los distribuidores del país; de acuerdo con una teoría de Colantonio, en realidad abrió la ventana que les condujo a su fuerte presencia global actual. "En 1999 y comienzos de 2000, las estrellas aparecían en el mercado estadounidense antes que en el francés. En Francia sucedía uno o dos años después. Si piensas en Atari o en Vivendi, supuso una oportunidad magnífica poder ir a Norteamérica y comprar a

El título de estrategia *North & South* (arriba) de Infogrames versa sobre la Guerra de Secesión de EE.UU., pero se inspiró en el cómic francés *Les Tuniques Bleues.* Mortville Manor (abajo) de Lankthor se considera un clásico, pero parece algo seco hoy día.

"Creo que los principales distribuidores franceses fueron los primeros en ser antifranceses, los primeros en no confiar en los desarrolladores franceses"

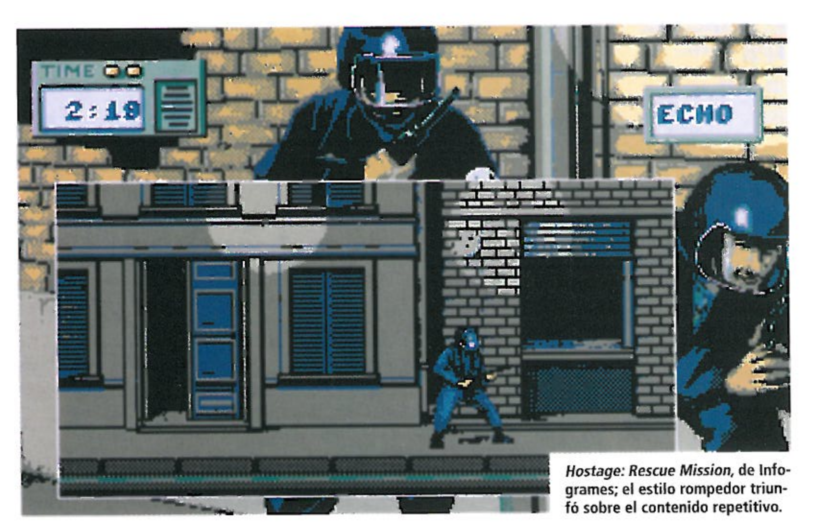
Splinter Cell: Pandora Tomorrow (Ubisoft, 2004)
La diferencia Ubi



Vale que *Splinter Cell* nació en Montreal, y la acción monojugador de la continuación lo hizo en Shanghai, pero el modo multijugador es cien por cien francés, contraponiendo dos estilos radicalmente distintos de gameplay uno contra otro (espías contra mercenarios, tercera persona contra primera persona, agilidad contra tecnología, sutileza contra potencia). Lo diseñaron Gunther Galipot y el equipo de Ubisoft en Annecy. Es una especie de testamento del deseo de la compañía de innovar dentro de las limitaciones autoimpuestas de las licencias y las franquicias de actualización anual: "Nuestro propósito es que un juego pueda aportar algo nuevo a una franquicia, una creación en sí misma que pueda contribuir a la marca", afirma Guillemot.


Florent Castelnerac, fundador de Nadeo y creador de *TrackMania.*


Michel Ancel, responsable de Ubisoft en Montpellier.



Hostage: Rescue Mission, de Infogrames; el estilo rompedor triunfó sobre el contenido repetitivo.





Cruise for a Corpse (arriba), demasiado pesado para ser de lo mejor de Delphine. *Kult* (abajo), de Exxos, ofrece una atrevida interfaz sensible al contexto.

todo el mundo. Se encontraron en una situación en que eran los dueños de medio mundo. Pero ahora el único distribuidor que es francés de verdad es Ubisoft".

Si preguntas a los desarrolladores franceses si la presencia del distribuidor en Francia ha sido una ventaja para la industria local, habrá respuestas para todos los gustos. Por un lado, incluso un desarrollador rabiosamente independiente como **Florent Castelnerac** (que dirige el diminuto equipo Nadeo de 12 personas que creó el título *TrackMania* para PC y rechaza sin dudar encargos de gran presupuesto por miedo a perder su independencia) acepta a regañadientes su importancia: "Los distribuidores desempeñan un papel –reconoce–. Sé que Ubisoft apoya a algunos estudios franceses, ha habido un relevo entre Atari y Ubisoft, y otros en el pasado". Y canta las alabanzas de su propio distribuidor francés, Focus, un peso ligero de apenas 20 empleados.

Pero las que están más implicadas con los grandes nombres son más ambiguas. "¿Ayudan los grandes estudios a los desarrolladores franceses? No estoy seguro –dice Nadal, pese a la situación de Eden como filial de Atari–. Atari deseaba vender todos sus estudios, y Ubisoft no mantuvo sus desarrolladores franceses en Francia". Colantonio interviene: "Irónicamente, los grandes distribuidores franceses fueron los primeros en ser antifranceses, en no confiar en los desarrolladores locales... Es difícil convencer a los distribuidores para que trabajen con franceses. Cuesta el doble, porque hemos tenido mala imagen los últimos diez años, incluso a ojos de nuestros distribuidores".

La situación está cambiando, y Ubisoft en particular muestra una renovada fe en los creadores de juegos galos. La mayoría percibe con satisfacción esa mejora, y hay sólidas razones que la avalan. La calidad y la originalidad se volvieron requisitos obligatorios. "Ahora hay muchos estudios franceses en auge: el elemento común a todos ellos es que pasamos tiempos duros que nos obligaron a proponer juegos magníficos –dice Nadal–. Teníamos que lograr que los distribuidores invirtieran en nuestros estudios, sobre todo ahora que tantos proyectos de licencias se van a Europa oriental y para los juegos baratos Francia no resulta competitiva... Teníamos que ser verdaderamente ambiciosos". Colantonio quedó satisfecho de ver que se acababa el monopolio de los videojuegos de aventuras: "La mejora de la imagen comenzó cuando dejamos de tener sólo un género. Estaban *Omikron*, *Rayman*, y quizá nosotros en Arkane contribuimos también un poco con *Ars Fatalis*, un juego de rol porno para el mercado yanquis, que resultó una gran sorpresa".

No puede decirse lo mismo del trabajo de **David Cage** en Quantic Dream. Sus juegos, *Omikron: The Nomad Soul* y *Fahrenheit*, son el eslabón entre el emocionante futuro del desarrollo francés y su orgulloso pasado: aventuras que evolucionan a partir del guión, montadas con todo lujo, formalmente experimentales y que ignoran las convenciones sobre diseño de juegos. Cage recuerda la lucha por encontrar distribuidor para *Fahrenheit* en la conservadora atmósfera de la nueva década, pero subraya que el mundo parece ahora más alineado con sus ideas. "Fue un momento para productos 'y yo también', cuando había sólo cinco 'géneros para juegos registrados' que resultaban admisibles, y en que la licencia de una película era ineludible. En este contexto, salir con la idea de una experiencia para consola basada en el guión y la emoción era una utopía. Recuerdo que la gente me miraba como si fuera extraterrestre. Hoy existe un alto nivel de aceptación hacia los conceptos que intentaba desarrollar en-



Murders in Venice, de Cobra Soft e Infogrames, fue el clásico juego de culto de detectives a la francesa.



Nicolas Gaume, fundador de Kalisto. Ahora trabaja con móviles.

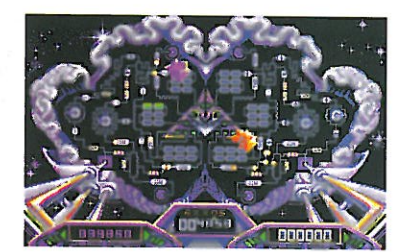


Raphael Colantonio, CEO y director creativo de Arkane.

In Memoriam (Lexis, 2003)
Experimentos aventureros



Si Fahrenheit es el arquetipo de la narrativa interactiva francesa de la vieja escuela en forma de elegante thriller hollywoodiense, *In Memoriam* es su creativo primo europeo, un híbrido experimental entre película, juego de puzzles y el –entonces de moda– mundo de los juegos de realidad alternativa. Su apasionante historia detectivesca de secuestros y asesinatos en serie confundía la realidad y la ficción más que ningún juego creado antes o después, mostrando al jugador como él mismo, y bordeando los confines del juego con navegadores y buzones de correo electrónico entrante. Lexis ha planeado una secuela, así como una alucinante versión sobre el mismo tema: *Experience 112*.



Exxos sentó sus credenciales surrealistas con *Purple Saturn Day*. La meta es ganar un beso de la Reina

Another World (Delphine, 1990)
El clásico gráfico



Si tuvieras que escoger un juego para demostrar el vanguardismo francés del videojuego durante la época de los 16 bits, el mejor sería *Another World*, de Eric Chahi, conocido en Estados Unidos como *Out of this World*. La combinación entre gráficos vectoriales y rotoscopias para crear imágenes minimalistas, fluidamente animadas pero sutilmente abstractas y de aspecto abocetado, anticipó tendencias estilísticas que estarían vigentes durante más de una década. El juego en sí es una pausada progresión de piezas que tal vez tienen mejor aspecto en la memoria, aunque su atmósfera y su belleza siguen siendo abrumadoras. Puedes descargarte una actualización de www.anotherworld.fr.



Serge Hascoët, director creativo de Ubisoft desde 2000.



Yves Guillemot, cofundador, presidente y CEO de Ubisoft.

tonces, y me es más facil vender mis nuevas ideas a los distribuidores. Todavía estoy explorando sus límites –añade pícaramente–, "pero me conceden credibilidad después de *Fahrenheit*".

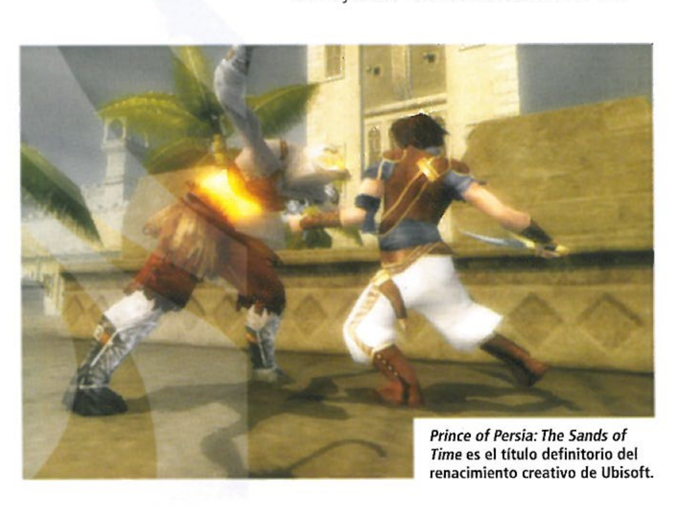
Cage es la encarnación del *auteur*, una visión idealista del artista original y singular tan arraigada en la cultura francesa. El concepto se aplicó a los cineastas y críticos franceses de los años 50, pero ¿se puede aplicar al trabajo en grupo del desarrollo de videojuegos?, ¿es cierta la importancia en los videojuegos franceses de personalidades famosos como Cage y Ancel? "Existe mucha confusión sobre lo que significan en nuestra industria palabras como 'auteur' o 'director'", afirma Cage. "Soy la persona que tiene la visión del juego, lo que significa que tomo decisiones subjetivas con la única meta de lograr que se mantengan consistentes. Puedo intervenir en cualquier departamento de desarrollo para asegurarme de que se respeta el concepto general y ese trabajo subjetivo, si se hace con honestidad y creatividad, es lo que le aporta valor al juego. Marca la diferencia entre un juego muy bueno y otro que es especial".

Inevitablemente, muchos entrevistados mencionan a gente como Peter Molyneux y Warren Spector como prueba de que los franceses no tienen el monopolio de las visiones individuales sobre los videojuegos, aunque al mismo tiempo admiten que la cultura francesa reconoce más que otras la singularidad del artista. "Miyamoto reconoció que cuando vino a Francia a recibir su medalla sintió algo especial –subraya **Eric Viennot,** de Lexis Numérique, desarrollador independiente de la aventura experimental *In Memoriam* y del minoritario pero rentable juego ecuestre *Pippa Funnel*. Se refiere al título de Caballero de la Orden de las Artes y de las Letras concedido al diseñador de Nintendo, junto a Ancel y a Frédéric Raynal, creador de *Alone in the Dark*– Dijo que había recibido numerosas medallas a lo largo de su vida, pero ninguna concedida hasta entonces por un gobierno. La verdad es que indudablemente tenemos más tradición de reconocer los talentos creativos personales que ningún país del mundo".

Francia puede ser un vivero cultural para industrias creativas como la producción de juegos –con el beneficio añadido de que muchas de ellas (juegos, películas, tebeos, animaciones) responden a habilidades que se solapan y a menudo pueden intercambiarse creadores– pero no proporciona el mejor entorno económico para el desarrollo, con unos impuestos tremendamente altos ("para que un empleado reciba 100 euros, la compañía debe pagar 200", informa Forsans) y la limitación de 35 horas de trabajo a la semana hacen el país caro y difícil para hacer juegos. Los subsidios del gobierno son escasos, aunque el Centre National de la Cinématographie ayuda algo. "Poner en marcha cualquier negocio en Francia es muy duro –confirma Colantonio–. La estructura teme arriesgarse. En nuestra industria necesitas mucha flexibilidad de contratación y eso es muy difícil en Francia. Existe una mentalidad de 'trabajo para toda la vida' y cuesta encontrar gente dispuesta a trabajar como contratista". Parece raro, pero el desarrollador más pequeño que interviene en este reportaje, Nadeo, no está de acuerdo. Castelnerac argumenta: "esos impuestos se usan para solucionar problemas, y para minimizar el riesgo a empleados y empleadores".

Es esta atmósfera la que ha llevado a Ubisoft a expandirse tanto en el extranjero. Guillemot, todavía responsable de la compañía que fundó con sus cuatro hermanos en 1986, defiende la decisión: "Decidimos crear estudios propios hace mucho. Hemos visto que hay que invertir mucho en I+D, crear nuevas herramientas y motores. Estamos en un montón de países en los que el coste de producción no es tan alto. Eso nos permite correr más riesgos en algunos juegos que algunos de nuestros competidores, porque podemos permitirnos el lujo de dedicarles más mano de obra. Los resultados se aprecian en nuestros modos multijugador y en el nivel de detalle de nuestros títulos".

Si ese es el caso, ¿por qué mantener la presencia francesa de la compañía? La respuesta viene del director creativo Hascoët ("un genio que realmente entiende y juega con los juegos –según Gaume, que se fija a sí mismo el objetivo de crear tres marcas nuevas cada dos años). "Tiene que ver con las habilidades de los equipos



***Prince of Persia: The Sands of Time* es el título definitorio del renacimiento creativo de Ubisoft.**





Sean estilosos –*XIII* (abajo)– o realistas –*Assassin's Creed* (arriba)– los juegos Ubisoft son inconfundibles.





Guillemot: "*BG&E* fue genial, pero con tres meses más habría sido excepcional. Cuando haces un juego diferente tienes que conseguir que no puedan criticarlo".

franceses –dice Hascoët–. Por ejemplo, los franceses están acostumbrados a pensar con conceptos abstractos, que es una de las principales cualidades para diseñar un juego, porque necesitas construir sistemas muy claros y simples que simulen el mundo real, y luego crear un *gameplay* desafiante e interesante dentro de ellos". Aunque la supremacía que Hascoët da al gameplay sobre todo lo demás –común a todos los desarrolladores de Ubisoft– no siempre se ha asociado con lo francés, él mantiene que los estudios galos son muy fuertes en ese terreno. Y, desde luego, es imposible imaginar a un gurú estadounidense de la distribución dando esta respuesta sobre qué hace bueno un juego: "Un buen juego debería cambiar las vidas de los jugadores, mejorando su conocimiento de sí mismos o de los demás".

Pese a su pasado lleno de altibajos y a una comunidad de desarrolladores autocrítica, la industria francesa todavía parece considerar el enfoque creativo y la originalidad como sus principales activos. Pero dado el entusiasta interés de los distribuidores por el mercado global, y el competitivo entorno en que luchan los estudios más pequeños, ¿no existe el riesgo de que desaparezca la identidad regional?

"No podemos obtener beneficios si sólo nos dirigimos a nuestro mercado nacional, mientras que los desarrolladores estadounidenses y los japoneses sí pueden. Como necesitamos indefectiblemente vender fuera de Francia, no podemos cultivar nuestra propia cultura", arguye Viennot. Y Ancel coincide: "Estamos dominados por la cultura norteamericana... y por la japonesa, en menor grado. Es más fácil para cualquiera en Europa, seas francés, croata o italiano, conectar con una audiencia mundial a base de 'códigos' estadounidenses, que creando mundos imaginarios basados en nuestra cultura local. Sabemos que va a ser más difícil si lo hacemos demasiado personal. La comunicación será más fluida si sucede en una ciudad que todo el mundo conozca, en un mundo que todo el mundo entienda. Elegir una ciudad que no sea yanqui o una fantasía heroica automáticamente equivale a correr un riesgo, que es exactamente lo que yo sentí con *Beyond Good & Evil*". Desde su punto de vista, sin embargo, no hay nada que no pueda superarse con un marketing activo. "No veo ninguna razón para que los estadounidenses no lo compraran. Dirigirse al mercado estadounidense es todo un reto para una marca nueva. Requiere una inversión enorme, y quizá hasta una película...".

"No podemos obtener beneficios si sólo nos dirigimos al mercado nacional. Como necesitamos vender fuera de Francia, no podemos cultivar nuestra propia cultura"

Colantonio se muestra menos arrepentido. "Somos un negocio, queremos contar con un público lo más amplio posible. No se trata de un sacrificio, sino de hacer pequeños cambios en cosas como el color o la interfaz para hacerlos más atractivos a un país en particular. No se trata de alterar tu visión. Es que simplemente funciona mejor así".

El mensaje más optimista acerca de la creciente globalización de la industria de los videojuegos procede de Guillemot; lo matiza diciendo que "global" no siempre equivale a 'estadounidense', ni es necesariamente lo contrario que "diversidad regional", una opinión que tiene cierto peso, y está respaldada por su catálogo de juegos, que cuenta con una poco frecuente calidad y profundidad. "El objetivo es tener más diversidad, contar con estudios en todo el mundo que intenten influir en la industria global. Incluso si consideramos Europa y Norteamérica primero, podemos tener una connotación europea o norteamericana más fuerte dependiendo de cada juego. Queremos que sean diferentes. Si coges *Prince of Persia,* habla de un tema totalmente distinto a lo que tratamos normalmente en Estados Unidos, ha sufrido experiencias de Canadá y Marruecos. Quiero asegurarme una creación multinacional para los juegos".

Ese es el orgulloso manifiesto de una multinacional que ya no se considera francesa, pero también de una casa gala que defiende, incluso exige, el derecho de los desarrolladores franceses –o españoles, británicos o chinos– a crear sus juegos a su manera. Igual que le pasa a Ubisoft y a toda la escena francesa en general, se trata de una feliz contradicción, y un signo afortunado de que entre los dos colosos de la industria de los videojuegos existe una tercera vía.



Incluso las franquicias como *Rainbow Six* comparten la tradición Ubisoft de un potente sentido del lugar.



Emmanuel Forsans, de la Agence Française pour le Jeu Video.

Rayman: Raving Rabbids (Ubisoft, 2006)

Apertura a la inspiración



Ancel propone un anárquico regreso al personaje que creó, y en este juego inminente promete una atmósfera irreverente que tiene algo de Monty Python y de *Mars Attacks*, con hordas de conejos intrusos y malévolos en este título de lanzamiento para la Wii. "Rayman es una marca que permite un montón de posibilidades creativas, así que yo no quería que este juego fuera igual que el anterior", asegura. "Un Rayman renovado era importante para los jugadores y para nosotros, y así disfrutamos volviendo a trabajar en él".

Suscríbete a EDGE

y consigue GRATIS esta Cámara digital



VENTAJAS

1.-Estarás a cubierto de cualquier subida de precio.
2.- Recibirás cómodamente en tu domicilio cada número de la revista.
3.- Reenvío de cualquier ejemplar extraviado.
4.- Un mes antes de vencer tu suscripción, recibirás un aviso de renovación mediante el cual podrás renovarla o cancelarla si lo deseas.

CORTA POR LA LÍNEA

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN BONIFICADA

Sí, deseo suscribirme a EDGE, eligiendo la fórmula marcada a continuación:

☐ **Por un periodo de 12 números y regalo de la CÁMARA FOTOGRÁFICA DIGITAL por sólo 46,80€**

☐ **Por un periodo de 12 números y descuento, pagando únicamente 35,10€ en lugar de ~~46,80€~~**

Nombre:.. Calle:..
Nº:........ Piso:........ Puerta:........ Escalera:........ Código Postal:........ Población:........................
Provincia:........................ País:........................ Tel:........................ NIF:........................

FORMA DE PAGO ESPAÑA

☐ Talón nominativo adjunto a nombre de: GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.
☐ Giro Postal Nº........................
☐ Tarjeta VISA nº ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐
☐ Fecha de caducidad........................
☐ Domiciliación bancaria (Con esta modalidad, recibiré 1 número más TOTALMENTE GRATIS)

DATOS BANCARIOS (si elijo domiciliar)

Titular:.. Banco/Caja de Ahorros:..
.... Domicilio oficina:........................ C.P.........................
Población:........................ Provincia:........................

RUEGO ATIENDAN LOS RECIBOS QUE PERIÓDICAMENTE LES PRESENTE **GLOBUS COMUNICACIÓN,S A** , EN CONCEPTO DE SUSCRIPCIÓN RENOVACIÓN A LA REVISTA **EDGE**

CUENTA/LIBRETA

Entidad ☐☐☐☐ Oficina ☐☐☐☐ DC ☐☐ Número de cuenta ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

TARIFA/FORMA DE PAGO EXTRANJERO (12 NÚMEROS)

■ Europa: 85 € ■ Resto del mundo: 91 $USA
☐ Giro postal internacional o talón a nombre de: GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.
☐ Tarjeta VISA Fecha......../......../........

FIRMA DEL TITULAR DE LA CUENTA O TARJETA

El tratamiento informático de tus datos responde a las normas de la Agencia de Protección de Datos y, por lo tanto, puedes acceder a ellos para revisarlos y/o modificarlos. Si no deseas recibir información comercial de otras empresas, marca aquí con una cruz ☐

ED-01006

CÓMO SUSCRIBIRTE

■ **Por internet** en nuestra web www.glosbuscom.es

■ Recorta o fotocopia este boletín, rellénalo con tus datos y envíalo:
- **Por correo** a Globus Comunicación, S.A. (Dpto. de Suscripciones) C/ Covarrubias, 1. 2º Dcha. 28010 Madrid (España).
- **Por fax** 91 445 60 03

■ Servicio de ATENCIÓN AL SUSCRIPTOR: Tel. 91 446 52 54 y 91 446 52 55
E-mail: suscripciones@globuscom.es

■ Oferta de regalo válida únicamente para España y limitada a la disponibilidad de stock

■ Utiliza letra de imprenta para rellenar el boletín, eso previene errores.

Nuevo

Todo sobre los últimos juegos que han salido

Sistema de puntuación de **Edge**: 1 = uno, 2 = dos, 3 = tres, 4 = cuatro, 5 = cinco, 6 = seis, 7 = siete, 8 = ocho, 9 = nueve, 10 = diez.

Próximas jugadas

MotoGP '06



Elige la dificultad 'Legend', Extreme 1200 Championship y sólo una vuelta por carrera. El resultado es una lucha arcade que echa chispas, un minuto de sprint hacia la meta.
360, CLIMAX

Makai Kingdom



La llegada de *Disgaea 2* justifica el regreso a Makai y su extraño set de armas SRPG: imanes, globos, sartenes, tambores, ¿quién necesita las armas raras de *Dead Rising*?
PS2, NIPPON ICHI

The Elder Scrolls IV: Oblivion



Armadura a un lado, el goteo de conquistas de Bethesda nos da uno de los apoyos más fuertes y duraderos de DLC para juegos de la 360, casi como *Kameo* y *PGR3*.
360, BETHESDA

Desarrollos que duran y duran

Prey lo consiguió, ¿podrá *Duke Nukem Forever*?



Otro desarrollo problemático, *Stalker*, ha tenido su dosis de transformaciones en el diseño desde que se concibió como una aventura futurista. Su mundo abierto y un componente RPG son atractivos que perduran y mantienen a los fans interesados y el proyecto vivo. Pero, ¿se puede comparar con el aguante de *Duke Nukem*?

La historia de *Prey* está llena de ironía, hasta el punto de que casi todo lo que lees sobre el tema te da risa. Tiene gracia recordar que los informes sobre la primera versión hacían hincapié en su deseo de seguir el ejemplo de id de incluir un modem support para el ambicioso modo mutijugador. "Un movimiento virtual que se extenderá por todo el mundo", así describió el productor **Tom Hall** este seguimiento de *Terminal Velocity* y *Rise Of The Triad* en 1996.

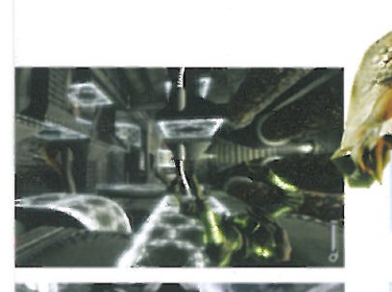
Pero más divertido todavía es ver cómo un juego que se desarrolló originalmente para los procesadores Pentium 90, preparado para devorar 8 megas de memoria RAM y los recursos de dos megas de una tarjeta gráfica SVGA, se ha hecho un hueco aprovechando las posibilidades de la 360 y aún ha quedado algo para los propietarios de los PCs actualmente más potentes.

Después de cinco años de no aparecer en los medios (de 2000 a 2005, cuando los Human Head Studios resucitaron el juego) la historia ha concluído de manera irónica: que un juego concebido tres años antes de que saliera el primer *Half-Life* se haga un hueco en la agenda de los FPS. Así, cabe hacerse la pregunta: si *Prey* puede pasar del infierno a la gloria, ¿conseguirá lo mismo *Duke Nukem Forever*?

Hasta que de verdad sepamos por qué 3DR y Take Two han mantenido a Duke con vida tanto tiempo (nueve años y sumando), será difícil saberlo. Tal como puedes ver en la página siguiente, *Prey* ha sido algo especial desde el principio, y ni los bio-horrores del *Doom 3* ni el *Quake 4* le han conseguido minar. Pero, ¿tiene *Duke Nukem Forever* los mismos cimientos?

En 1995, la misión de *Prey* era la de ser un FPS con un mundo tan cautivador que quisieras seguir jugando incluso sin enemigos. Y eso es precisamente en lo que se ha convertido. Aunque la tecnología haya cambiado, la filosofía sigue siendo la misma, y los resultados son magníficos.

Pero, ¿qué tiene *Duke Nukem Forever*? ¿Una boca sucia que habría que lavar con jabón?, ¿un hábitat natural que se convierte en vicioso? ¿Retretes atascados? Esto no es garantía de futuro viendo la dirección de los juegos actuales. Pero detrás de todo eso hay una mentalidad no muy diferente a la de *Prey*: el deseo de romper el molde de los FPS. Así que si este sexista juego no pierde el horizonte puede que no esté todo perdido.



El asalto a la tradición orquestado por *Prey* comienza con los fundamentos que predican sus entornos, muros por los que caminar y teletransportadores camuflados en obstáculos. Los campos de batalla para un jugador, envueltos y retorcidos en puzzles cargados de adornos, acaban desafiando las convenciones del género.

PREY

PLATAFORMA: PC (VERSIÓN ANALIZADA), 360 PRECIO: 49.90 € (PC). 64.90 (360) LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: TAKE 2 PRODUCCIÓN: 2K GAMES ESTUDIO: HUMAN HEAD STUDIOS, VENOM GAMES

La sabiduría de *Prey,* heredada de padres a hijos, y desde un equipo de desarrollo a otro, te hará recordar a qué lugar perteneces. Tommy Hawk, el cherokee protagonista, debe emplear los poderes espirituales de sus ancestros para liberarse del yugo de una inhumana abducción alienígena. Human Head Studios, desarrolladores de *Rune,* han invertido cinco años en reajustar el proyecto original de 1996, convirtiendo los elementos destacables de entonces en desafío mientras se evita un trabajo exhausto? Algunos ejemplos: dejar a los jugadores inmersos en una oscuridad tanto literal como figurativa, acentuar un entorno alienígena insertando elementos que sugieren la familiaridad perdida o mantener el progreso en un camino coherente, sin recurrir a espacios muertos o tareas innecesarias. Otros logros más lejanos son producto de injertos previos. El firme diseño, los densos arreglos y, especialmente, el reciclado de texturas, que le da algo todavia relevante en la actualidad.



Compartiendo los brillantes destellos de la ciencia-ficción y los patrones del FPS, *Prey* consigue agradar y contentarse a sí mismo



La luminosidad es el cuarto color básico del juego, explotada de forma religiosa y desplazando los tonos medios por iluminación extrema. Estéticamente, el resultado es llamativo aunque frágil; se requiere una calibración gamma correcta para apreciarlo bien.

La última década ha herido a 3D Realms con la muerte inesperada de William Scarboro, uno de sus primeros y más hábiles programadores. Pero ello no ha afectado a *Prey,* que ha sido trabajado al detalle en lugar de languidecer en el limbo del desarrollo interminable. El sistema de gravedad y de portales del juego, que en principio tenía un motor propio, se ha recreado con una versión modificada del motor de *Doom III,* demostrando ser uno de los pilares fundamentales. *Prey* ha salido a la luz luchando con toda la energía propia de un héroe de un juego de acción y con toda la ambición de una aventura clásica

La experiencia le ha enseñado a *Prey* una valiosa y, a la vez, extraña lección aprendida durante estos años y que se muestra en cualquiera de sus elementos. ¿Cómo mantener el al escenario –un mundo enclaustrado y biometálico llamado La Esfera– una prodigiosa apariencia alienígena.

Compartiendo los brillantes destellos del género de la ciencia-ficción y de los patrones básicos del FPS, *Prey* consigue agradar y a la vez contentarse a sí mismo. Lo que empieza como un evento inspirado en la crudeza del triturador de carne de la película *Event Horizon* –con la que tiene una deuda– llega a la mitad de su desarrollo como si atravesase una cámara de aire con gravedad cero; flotando sobre las sombras de laberintos espaciales, asteroides y una surtida parafernalia surgida de las fuentes del maestro de la ciencia-ficción Robert Heinlein. Conforme la aventura gira desde la abducción hasta el escape y la venganza final, su arquitectura se transforma de un gigantesco coágulo alojado en el intestino de La Esfera a una minúscula partícula de polvo espacial esclava de un conflicto gravitatorio. Los interruptores de gravedad y los caminos a los que puedes adherirte son la mecánica básica del título, y también lo más llamativo visualmente. Convierten la novedad de sus funciones –literalmente, poner un cuarto del revés y caminar por paredes y techos– en prácticos tests de navegación, desafíos de lógica, destreza y orientación espacial. Disminuir estos recursos afectaría reduciendo críticamente el potencial de *Prey,* su concepto y la amplitud de su implementación. Mientras la mayoría de *shooters* manejan el diseño tradicional del género como mercancía muy frágil, para que sus encajadas piezas no sufran ninguna alteración, *Prey* revienta sus cimientos y como si fuera un cubo de Rubik, levanta desde cero un mundo delicioso. Los enemigos eligen los muros y los obstáculos para tomar posiciones defensivas, los cuerpos se desplazan apuntando hacia donde la gravedad dicte en ese momento y las escaleras no existen.

Y a pesar de ofrecer una gama brutal de este tipo de físicas, *Prey* no tiene incoherencias. Te lleva como si fueras un tornillo que busca su lugar exacto atravesando de punta a punta la anatomía de un gran mecanismo gracias a su segundo pilar fundamental en el diseño: una red interconectada de portales que rompe con una década de desplazamiento lineal y errores (que ya no están) en la colocación de los enemigos. También ha des-



Reforzados por una banda sonora a cargo de Jeremy Soule –*Oblivion*– envidiada hasta por *Halo,* los escenarios muestran una realización encomiable; los jugadores, como el público de cine, no quieren que le vendan el mismo viejo tópico una y otra vez, hasta en los créditos.

Deathmatch gravitatorio



Considera el multijugador de *Prey,* uno de los puntos donde sus creadores muestran su frescura. Sus resultados deberían avergonzar a algunos *shooters* contemporáneos –aunque no a ese en el que puedes disparar a los WC– porque trae más cambios al modo Deathmatch de los que nadie ha osado. Hay pocos mapas, pero cada uno captura una ambientación o un mecanismo concreto del modo para un jugador. Lo más emocionante, sin duda, son los cambios gravitatorios, que se presentan tanto en marcas del suelo que permiten remontarlas hasta el techo como en campos de fuerza que permite aislar y modificar en tiempo real la gravedad, lo que permite desorientar a tus oponentes a distancia.





La perplejidad es la respuesta más común al mundo de *Prey*. Los humanos, tratados como ganado, son procesados por máquinas que los convierten en provisiones. Los que consiguen escapar acaban desvariando, refugiados y balbuceantes en un rincón. La escasa agresividad de los guardias de los primeros entornos ayuda al jugador a progresar.







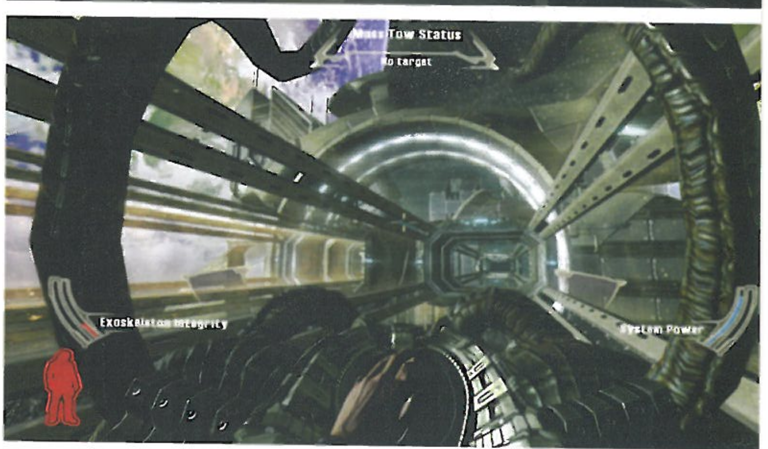


El arsenal de armas vivientes recuerda al magnífico *Oddworld: Stranger's Wrath*. Secreciones corrosivas, simbiotes capaces de emular un rifle de francotirador o pseudoarácnidos con patas explosivas, aunque lo mejor es el Leech Cannon.

aparecido ese planteamiento de regeneración y puertas con pasillos lineales que estropeaba *Doom III,* reemplazándose con una matriz transparente que garantiza la incertidumbre en la reaparición de enemigos y del jugador en el escenario. *Prey* tiene la capacidad de dirigirte hacia cualquier lugar y el juego, técnicamente, se revela como un sustento básico para esa libertad de principio hasta el final.

Pero no todo el mundo dará un paso firme hacia su particular universo, y las expectativas creadas por otros *shooters* no se verán colmadas en su atmósfera. Es un paseo por pura diversión aunque procede como un reloj estricto, a veces confrontando al jugador con desafíos importantes. Mucho de esto se debe a su ingeniosa eliminación de las repeticiones y a los *quicksaves* en los que se convierten los paseos por otra dimensión evitando perder el alma tras la muerte, ganando en jugabilidad. Sus puzzles, aunque permanecen abstractos gracias a su planteamiento de utilizar la proyección del alma para salir del cuerpo y atavesar obstáculos, pueden llegar a ser predecibles. La IA de sus muchas veces genéricos enemigos presenta poca resistencia más allá de atrincheramientos y modos de fuego múltiples, haciendo el combate el elemento con más reservas del juego. Su historia podría haber sido doblemente conmovedora de no ser por la poca instrucción de sus actores de doblaje en escenas *gore* y su única especialidad en el melodrama. Otro pero –y es un gran pero– es su mal asignada profundidad aérea, que acaba siendo el más desagradable de sus elementos.

Prey responde a la pregunta de qué debe defender un videojuego; el brillo clásico que satisface la mente o los placeres carnales que acaban tratando a los jugadores como idiotas. El mes pasado reconocimos a *Half Life: Episode One* como algo sofisticado que había partido de una base previa, pero la grandeza espontánea y fina inteligencia de *Prey* son profundas como cada bit. Y este es un juego que está fuera de este mundo. **[8]**





Algo lento pero imponente, como si fuese una respuesta del mundo del videojuego a la película de *Star Trek*, *Prey* golpea con todo el esplendor y precisión de su particular mundo en los últimos niveles. Hay alguna fricción ocasional entre el motor gráfico y la estética, pero el resultado global es cautivador.



ULTIMATE GHOSTS 'N' GOBLINS

PLATAFORMA: PSP PRECIO: 49.90 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: PROEIN PRODUCCIÓN: CAPCOM ESTUDIO: CAPCOM



El papel no hace justicia a lo vibrante que resulta *Ultimate.* El brillo de la pantalla de la PSP crepita con el color y la luz, la riqueza de una paleta que resiste sin problema el denso detalle de los mundos de pesadilla.



El doble salto de Sir Arthur no sólo sirve para vencer una distancia entre dos puntos del juego. También puedes dejarte caer entre plataformas y rebotar, después de recoger la recompensa que estaba colgada.





El hechizo más poderoso de *Ultimate Ghosts 'n' Goblins* no es el que lanza un galante caballero para vencer a unos demonios, ni el que invoca un brujo malvado para transformar a una linda moza, un pollo o un saltamontes. A quien hechiza este gran juego es a sus jugadores, a aquellos que han echado en falta desde el lanzamiento de la PSP un juego tan activo, tan específico para la consola, y que aprovechase tanto su poderío. Hay dos espejismos que te embrujan en los primeros minutos de juego: El primero propone una autenticidad basada en sprites: mundos que son elaboradas caricaturas, con precisión artística en cada píxel y la atrevida paleta brillante que se precisaba teniendo en cuenta las limitaciones de la era de los 16 bits. El segundo te transporta a 1985, cuando *Ghosts'n' Goblins* debutó en los arcades revelándose como un plataformas puro, inteligente y eficaz en una época en que los juegos eran sobrios, superficiales y brutalmente implacables.

Después de 20 años rezando para que alguien imitase aquellos colores y la jugabilidad, en cuanto llevas unas pocas horas jugando a *Ultimate* te das cuenta de que que este juego lo trae de vuelta con una calidad abrumadora. Es mucho más que un nostálgico regreso a las raíces; es un título que aprovecha tan bien su herencia que puede integrarla con modernidad en un diseño actual sin alterar lo más mínimo su valor retro. *Ultimate* quiere ser lo que su nombre sugiere, la máxima experiencia de *Ghost & Goblins,* y lo consige explorando cada rincón, cada grieta de su diseño, prestando atención a cada mecanismo para guiar a Arthur de una plataforma A a otra B e identificando la mejor tecnología que pueda realizarlo con un resultado impecable. Lo más sorprendente es que esa tecnología es la de la PSP que, quitando títulos como *Lumines, Ridge Racer* o *WipeOut Pure,* apenas ha destacado por alejarse de lo técnicamente esencial, hasta ahora. *Ghost'n' Goblins* se rearma con nuevas herramientas para acomodarse a sus capacidades: alarga el área de juego al formato panorámico para añade una nueva forma de funcionar a las plataformas en la pantalla ancha, se atreve con una paleta de colores poco habitual para destacar la luminosidad de la pantalla y disecciona y reorganiza su estructura clásica para asegurar que la reju-

Es un título que aprovecha tan bien su herencia que puede integrarla en un diseño actual sin alterar lo más mínimo su valor retro



Arthur no es el único rostro familiar en *Ultimate Ghost'n Goblins.* Dista de ser un juego lineal, pero eso no significa dejar de lado la batalla *in crescendo* contra el jefe final, algo que emocionará a los más veteranos.







Aunque el juego exige la precisión y el ritmo que cabría esperar en un plataformas, volver cuando tienes capacidad de vuelo cambia por completo la estructura y el efecto del diseño de los niveles.



gabilidad no quita protagonismo a una jugabilidad constante. Constituye todo un paradigma de aprovechamiento del hardware y de diseño del software. Es una prueba viva de que sus desarrolladores conocen al máximo los juegos de plataformas: cómo se comportan los jugadores, las tácticas que emplean y cómo se acercan a los retos.
Pone a prueba como nadie al jugador: cada elemento encaja perfectamente, errores con consecuencias y problemas con soluciones. Es una construcción perfecta: no importa qué hagas, qué error cometas o qué atajo pienses que has descubierto, el juego siempre tiene algo esperando para martirizarte. Su corazón pertenece a la época antigua de los videojuegos, cuando éstos eran mejores que los jugadores que intentaban completarlos. Está a un año luz de los plataformas crueles y despiadados que creen que perder cien vidas equivale a aumentar cien veces su duración. En *Ultimate,* morir no es una prueba de insensibilidad de los desarrolladores; al contrario, es un mecanismo de muerte, dolor y envenenamiento amorosamente planeado.

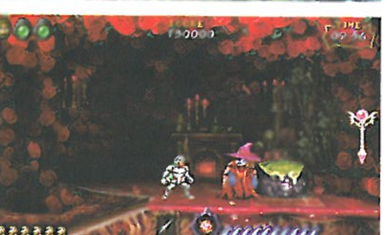
Sólo después de haber completado el juego por primera vez te das cuenta de que no es un excelente *Ghost 'n' Goblins,* sino el



capítulo definitivo. Explora su propia estructura a través de portales que te llevan hacia atrás y adelante en los niveles, destruye su propia mecánica proporcionando *power-ups* que cambian la forma de jugar, y lo que parecían niveles diseñados con precisión rígida acaban siendo patios de recreo flexibles y maleables. Un ejemplo magistral de adaptación es cuando adquieres la habilidad de volar, cortesía del escudo del Dragón y de la armadura del Ángel, objetos que casi convierten el juego en un *shooter* de *scroll* libre: de repente, todas las plataformas molestan y todos los enemigos acaban siendo objetivos aéreos. Cuando juegas por segunda vez, los elementos del juego se adaptan (jefes que no aparecen necesariamente, tumbas de piedra que se eliminan) acomodando su paso al ritmo en que profundizas en la experiencia. El juego recalibra los primeros niveles para hacer frente a las nuevas habilidades y poderes evolucionados que habrás adquirido.



No se necesita al demonio más poderoso para que Arthur muerda el polvo. A veces, él mismo es su peor enemigo, especialmente si uno de los brujos lo ha convertido en un pollo, saltamontes o en una bella mariposa.



Los últimos niveles se mueven en un exceso orgánico, mostrando el tipo de diseño abierto que ya incluyó *Gradius V* en alguna fase. Es otro inesperado paralelismo entre este plataformas clásico y un *shooter* de scroll.

En circunstancias normales, jugar a un juego como *Ultimate Ghost'n Goblins* desmoralizaría gradualmente al jugador, conforme cada nueva habilidad y cada nuevo nivel agotan el finito catálogo que sabes contiene el juego: cada recompensa recibida significa que queda una menos por adquirir. Pero la complejidad y maleabilidad de este *Ghost'n' Goblins* suponen que no hay forma de calibrar cuantas sorpresas y sutilezas quedan en la recámara. *Ultimate* (lo máximo) es una palabra que suele referirse a una hipérbole vacía; en este caso, es un hecho. **[9]**



A pesar de que los niveles iniciales parecen ofrecer escenarios tradicionales de la serie, *Ultimate* rápidamente acaba catapultándote a unos entornos inimaginables en los que la muerte se oculta en todas partes.

El retiro de Arthur

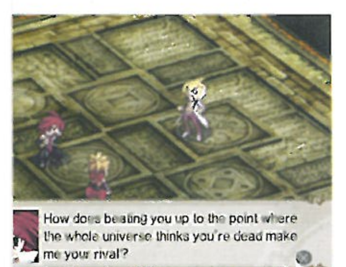


Coincidiendo con el lanzamiento japonés, Capcom colgó un vídeo de imagen real hilarante con la vida de Sir Arthur tras los triunfos cosechados en los tres títulos anteriores. Retirado y centrado en las tareas domésticas, invierte su tiempo planchando sus calzoncillos, bebiendo en pubs de karaoke y comiendo helados, todo sufragado por su cofre de oro y joyas. La buena vida ha hecho engordar al caballero, que tendrá que ponerse en forma para este nuevo reto. Búscalo en Youtube por "Goku Makaimura".

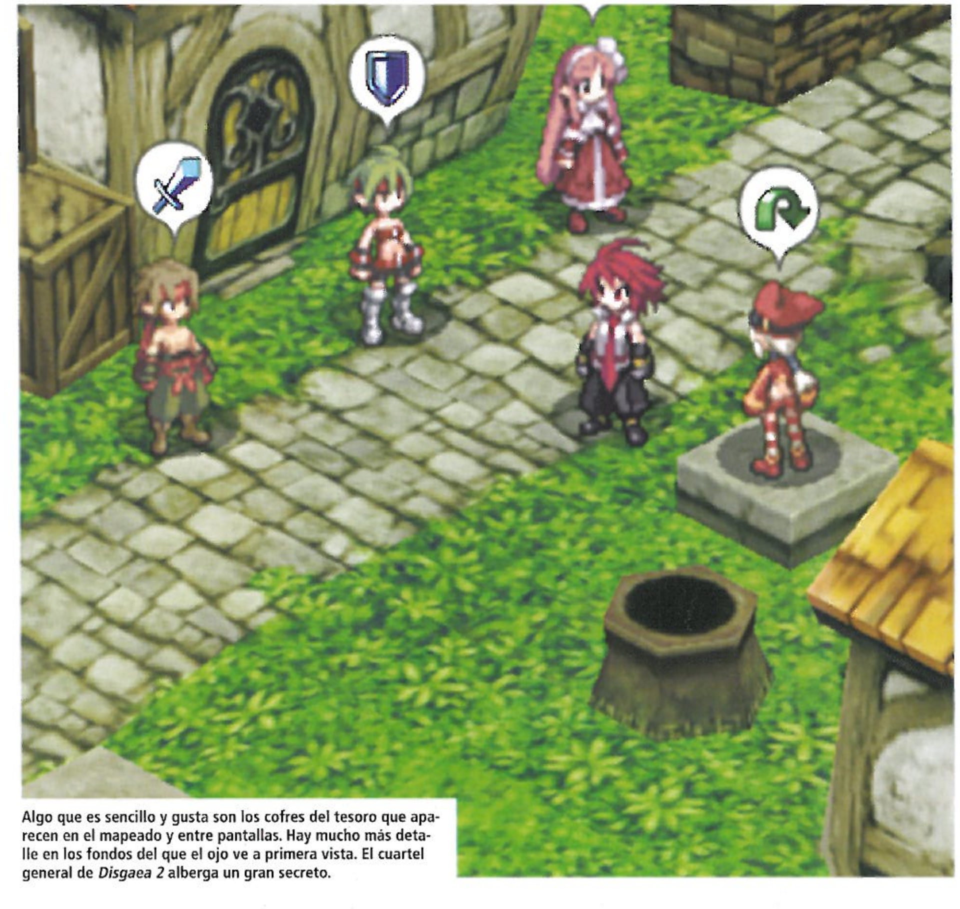


DISGAEA 2: CURSED MEMORIES

PLATAFORMA: PS2 PRECIO: 59,90 €
LANZAMIENTO: OCTUBRE DISTRIBUCIÓN: VIRGIN PLAY
PRODUCCIÓN: KOEI ESTUDIO: NIPPON ICHI



Todos los lanzamientos europeos de los SRPG de Nippon Ichi se han quedado sin opción para activar el doblaje en japonés, algo habitual en el mercado americano. Pero está confirmado que *Disgaea 2* incluirá las voces originales en diálogos, vídeos y batallas junto a textos en inglés.



Algo que es sencillo y gusta son los cofres del tesoro que aparecen en el mapeado y entre pantallas. Hay mucho más detalle en los fondos del que el ojo ve a primera vista. El cuartel general de *Disgaea 2* alberga un gran secreto.

Es bueno volver al mundo de *Disgaea*, que es una caja de sorpresas. En este caso, porque la pareja de RPG estratégicos que surgieron del despertar del *Disgaea* original –*Phantom Brave* y *Makai Kingdom*, el primero un tanto confuso, el segundo, una progresión superior– se construyeron con unos cimientos casi idénticos. Pero ahora Nippon Ichi parece renegar de ese legado. Es un alivio que en este capítulo el concepto se haya apartado de los círculos interminables del sistema de combate y movimiento de *Makai Kingdom*, y se haya vuelto a una rejilla más tradicional, por no mencionar un entorno de juego más meditado que la despreocupación que se percibía en *Makai*.

Esto no quiere decir que *Disgaea 2* no haya tomado otros elementos útiles de sus hermanos mayores. El sistema para subir de nivel está más equilibrado: para conseguir los puntos de experiencia no es suficiente con derrotar a los enemigos, hay que ejecutar unas acciones determinadas en los combates. El resultado es que no se necesitan especialistas dentro del grupo –como uno que se encargue de curar a sus compañeros– para ir subiendo de nivel. Es curioso cómo hasta los personajes más débiles pueden acabar superando en nivel a los *apriori* más fuertes sin que se perciba como una incoherencia.

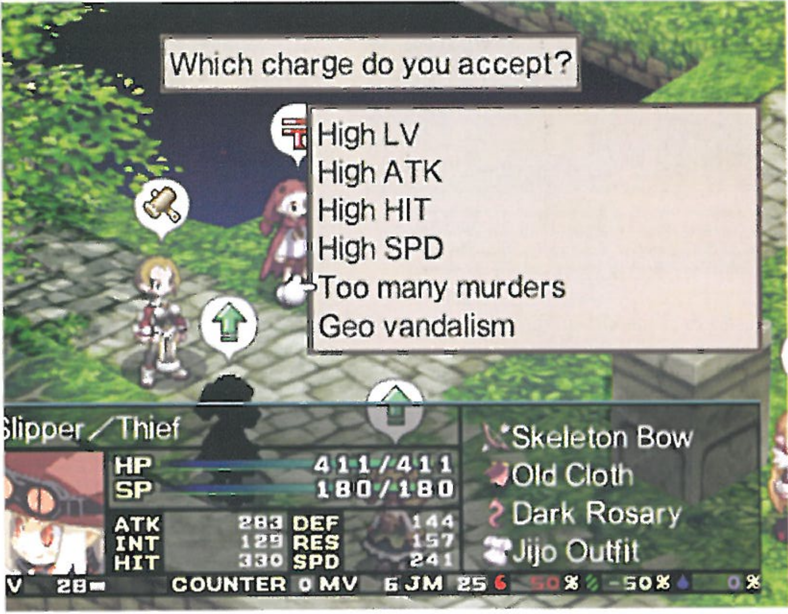
El Mundo Ítem –una mazmorra donde el jugador puede almacenar cualquier objeto o equipamiento de su inventario para mejorar sus características– ha recibido la mejor parte en lo que respecta a frescura y limpieza. Cada mazmorra alberga ahora varias salas misteriosas con mercancías poco comunes, adivinos y salidas a pueblos perdidos, además de una caza del tesoro que implica a los piratas que se cuelan en uno de los niveles del juego. La Asamblea Oscura (un tribunal cuyos miembros tienen apariencia de senadores legendarios y que conoce el historial criminal de cada personaje), que aprueba o deniega las peticiones de cada individuo para cambiar de clase o mejorarla, se ha ampliado, y el jugador puede formar parte de ella.



Para conseguir puntos de experiencia no sirve sólo derrotar a los enemigos, hay que ejecutar unas acciones determinadas en los combates

Esta expansión se ajusta como un guante al núcleo jugable de *Disgaea*, pero hay un problema con aspectos que no se han resuelto: el inventario sigue necesitando una mejor organización que permita al jugador clasificar su colección de objetos y no simplemente amontonarlos en una pequeña bolsa o un gran almacén, sin almacenajes intermedios.

La cámara, que sólo se puede cambiar entre cuatro diferentes vistas isométricas –junto a un ligero zoom–, es irritante cuando el movimiento del cursor se comporta de forma impredecible en la orografía ondulante de los niveles del Mundo Item. Además, los "especialistas", los residentes de ese mundo –personajes no jugables a los que se puede obligar a mejorar ciertos atributos del ítem

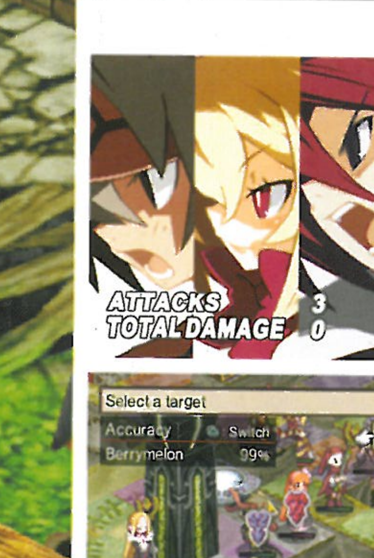


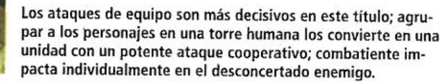




Con un mundo poblado por demonios, no sorprende encontrar en *Disgaea* un sistema de justicia que premie el mal comportamiento hasta llegar a actos criminales junto a las buenas tácticas en las batallas. Cualquier jugador que acepte la citación puede visitar la corte de la Asamblea Oscura, y recibirá un regalo junto a su registro criminal.





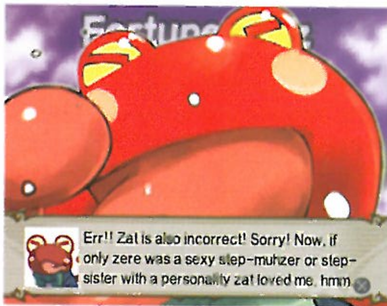

Los ataques de equipo son más decisivos en este título; agrupar a los personajes en una torre humana los convierte en una unidad con un potente ataque cooperativo; combatiente impacta individualmente en el desconcertado enemigo.











Adell y Rozalin, los protagonistas, no son tan locos como el tándem Laharl-Etna. El sirviente de Rozalin -Tink, la 'rana sucia'- más que compensarla le causa una doble personalidad que la convierte en una maníaca sexual.

donde habitan– no están bien manejados en lo que respecta a explicar los efectos que sus acciones producen. Son problemas que se afrontaron de una forma más eficaz –aunque no perfecta– en el primer *Disgaea*.

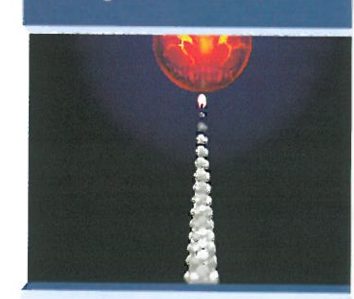
Los seguidores de los juegos de Nippon Ichi nunca han necesitado tener mucha paciencia, pero pequeñeces y fallos como estos empiezan a demostrar lo contrario. En muchas ocasiones puedes acabar atrapado en un círculo sin fin por la cantidad de posibilidades potenciales para mejorar al personaje que se ofertan, pero esas manías provocan que se pierda toda sensación de inmersión.

Disgaea expresó mejor el sentido de profundidad y la personalización que los primeros juegos de rol de estrategia (SRPG) del estudio intentaban alcanzar; una experiencia basada en turnos donde podías modificar cualquier característica, un SRPG que intentó engullir a todos los títulos que este joven género había dado a luz anteriormente, y lo hizo dando un poder casi ilimitado al jugador, tanto como él quisiera poner en práctica. *Disgaea 2* no sigue ese rastro incandescente –aunque el usuario mismo debe preguntarse si eso es aún posible–, es una continuación sólida de un juego extremadamente divertido, pero que no puede ocultar que debe compactarse para mejorar su experiencia.

Es un todo que todavía ofrece una serie intrincada de divertimentos –algunos viejos, otros nuevos–, pero que ha perdido mucha de su fuerza a pesar de su apariencia más detallada y colorida. La mayoría de los jugadores acabarán cansados de *Disgaea 2* antes de que el propio juego acabe cansado de ellos,como podía suceder con la primera parte. Sigue siendo un título que se te empuja a convertirte en un dios al tiempo que nunca te dejará atascado en un punto donde no tengas la oportunidad de mejorar tu equipo de personajes. Y, por supuesto, su historia incluye un abanico considerable de rarezas y un toque alocado en el guión, que no deja de autohomenajearse y de mostrar situaciones extrañas y perversas.

Es fácil ver que *Disgaea* está aún muy viva, que es una franquicia que debe marear a sus creadores con tantas oportunidades para hacerla crecer como las que se ofrecen a sus jugadores. Pero es difícil creer que la aparición de los dos *spin-off* experimentales (*Phantom Brave* y *Makai Kingdom*) no hayan sido de ninguna utilidad para dotar a este nuevo título de *Disgaea* de un mayor nivel. Pero allá donde la serie decida ir en su siguiente paso (PSP, PS3, la plataforma que sea), Nippon Ichi tendrá que rehacer a *Disgaea* de los recortes aquí sufridos. **[7]**

Sol negro



Una de las muchas tierras secretas de *Disgaea 2* es el mundo de las sombras, un oscuro gemelo de la misión principal del juego en la que cada nueva pantalla se desbloquea cumpliendo determinadas condiciones. Sus cielos albergan una gran amenaza, el Sol Oscuro, una gigantesca y pérfida bola ígnea que desencadena el caos cuando quiere. El jugador puede ver en cada turno dónde se encuentra y cuáles serán sus próximos movimientos, que incluyen alteraciones tales como revivir a todos los enemigos muertos o, directamente, declarar el fin del juego. La única forma de acabar con él es sacrificar a varios miembros de tu equipo lanzándolos contra el Sol Oscuro para destruirlo.





RESERVOIR DOGS

PLATAFORMA: PC (VERSIÓN ANALIZADA), PS2 PRECIO: 44,95 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: PROEIN
PRODUCCIÓN: EIDOS ESTUDIO: BLITZ GAMES

Festival de balavisión



Cuando has pegado unos cuantos tiros, o has amenazado o ridiculizado al enemigo (una opción que potencia el toque chulesco y delincuente de los personajes), sube tu nivel de adrenalina lo suficiente como para gozar de un "festival de balas". El personaje se desentumece, crujen la vértebras y cambia la visión, ralentizando la acción. Tienes unos pocos segundos para ser el primero en disparar. Apunta rápido y aprovecha la ventaja. Pero ten cuidado: si recurres al "festival de balas" cuando estás escudándote tras un rehén, no dispararás a nadie, sino que podrás ver cómo tu personaje liquida al rehén de forma brutal y con un a veces incomprensible sentido del humor. Por fortuna, siempre puedes cancelar el festival y esperar a mejor ocasión.

Seis perfectos extraños, los señores Rubio, Blanco, Marrón, Naranja, Azul y Rosa ("¿Por qué tengo que ser yo el Sr. Rosa?"), Eddie el Amable y el jefe, Joe, andan por una calle. En 1992 Quentin Tarantino llevó a las retinas de todo el mundo está escena de la que sería una de las más importantes películas de culto de la década. Es un gustazo verla recreada ahora, máxime cuando se trata de un título tan respetuoso con su película madre hasta en el enfoque de cada plano clave. Y las escenas nuevas tienen como objetivo rellenar algunos huecos de la película, como saber dónde acabaron los diamantes del robo.

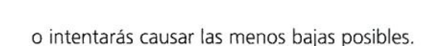
Tal vez esa lealtad a la dura historia de Tarantino sea el mejor valor del título, ya que logra que, ante todo, te diviertas al jugarlo (aunque no hayas visto la película). Pero esa misma fidelidad a la historia original es a la vez su mayor inconveniente al provocar que la linealidad sea total; el guión obliga. El destino está escrito, y normalmente tienes sólo una forma de llegar al final de cada capítulo. No logran eliminar ese *fatum* algunas opciones como la de utilizar contra la policía sus propias armas (las granadas conmocionadoras y los botes de humo son eficaces) o la posibilidad de decidir el estilo de juego: si saldrás del atolladero abriéndote paso a tiros o intentarás causar las menos bajas posibles.

Lo que marca la diferencia entre un maníaco y un profesional es el "control de masas", la elección entre ordenar a un rehén que abra una puerta o cargarte al rehén y la cerradura, o la de optar entre desarmar a dos policías o descerrajarles un tiro en la cabeza. El "control de masas" es un aliciente para volver a jugar una fase más interesante que la recogida de documentos que desbloquea extras (dibujos de arte del juego).

Las fases de conducción son un punto fuerte; el coche es fácil de manejar, y el mayor pero que se puede encontrar es la IA de la policía, que sólo logra reaccionar cuando has pasado a 200 por hora delante de sus narices. Además, yendo al volante puedes disfrutar de la más que excelente banda sonora y elegir el tema que prefieras.

Excelentes también la reproducción de escenarios y la iluminación; sobre todo al entrar o salir de los edificios. El único actor de la película que presta imagen y voz es el Sr. Rubio (Michael Madsen), pero hubiera sido de agradecer que los personajes hubieran sido menos cuellicortos y compactos. Los gráficos no pasarán a la historia. Lo que sí están logrados son los movimientos chulescos que definen al personaje y el lenguaje de estos "pilares de la comunidad", plasmados en unos diálogos muy ingeniosos. **[7]**





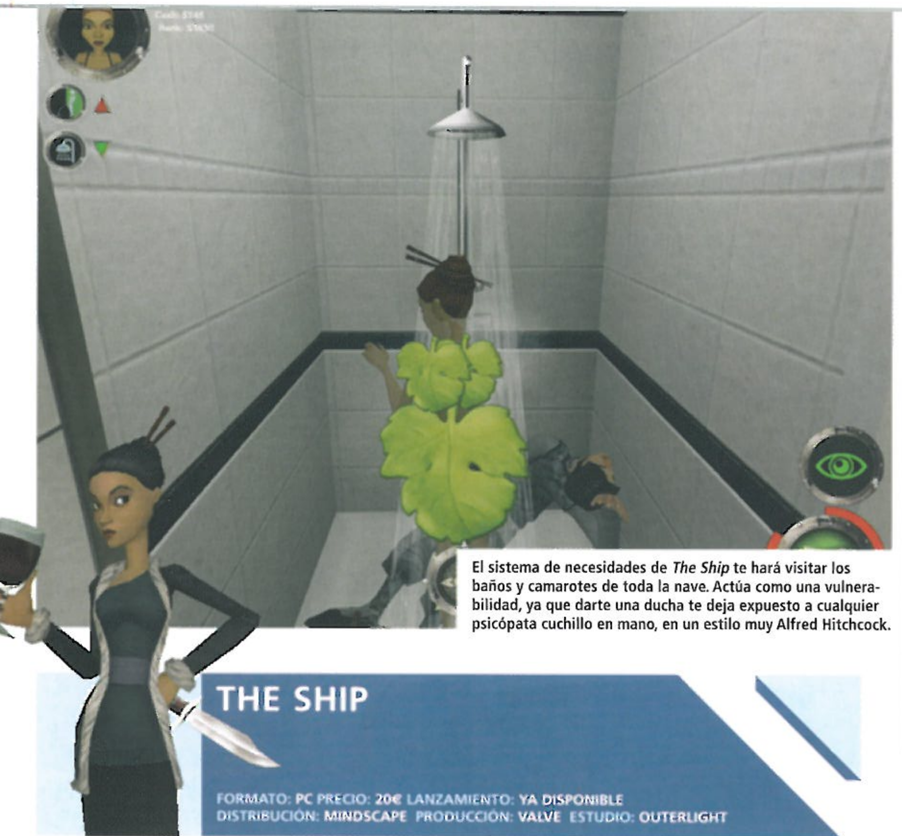
En el centro, una de las seis amenas y resultonas fases de conducción. Abajo, el duelo entre los Sres. Blanco y Rosa, toda una muestra de la genial recreación de la película que ha realizado Blitz. Es uno de los pocos juegos en los que las escenas de vídeo aportan interés en sí mismas. No son un parón, sino un estímulo más para seguir jugando. Eso sí, todo el juego está en inglés.



En cada fase llevas a uno de los personajes protagonistas del robo (al Sr. Naranja durante el tutorial). En este caso, Eddie el Amable intenta "convencer" a unos policías para que depongan sus armas con el contundente argumento de haberse hecho con un rehén. Es el utilísimo "control de masas".



Michael Madsen, el Sr. Rubio, es el único actor de la película que ha sido renderizado. Es el más desagradable de manejar, y casi dan ganas de perder la misión y dejar escapar a ese pobre poli. En pocas ocasiones está el jugador tan contento de comprobar que el crimen no paga como cuando muerde el polvo este psicópata.



El sistema de necesidades de *The Ship* te hará visitar los baños y camarotes de toda la nave. Actúa como una vulnerabilidad, ya que darte una ducha te deja expuesto a cualquier psicópata cuchillo en mano, en un estilo muy Alfred Hitchcock.





Antes de asesinar, los jugadores deben identificar a su presa acercándose a ella y apretando el botón de acción. En lugares con mucho público resulta una tarea terrorífica, ya que cualquiera puede ser un asesino esperándote.

THE SHIP

FORMATO: PC PRECIO: 20€ LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: MINDSCAPE PRODUCCIÓN: VALVE ESTUDIO: OUTERLIGHT

Tal vez es inevitable que los jugadores esperen que las desarrolladoras independientes utilicen el motor Steam para igualar el nivel visual de los juegos del propio Valve. *The Ship,* el último y personal *shooter* disponible en el servicio de descargas de la compañía de *Half Life,* acaba sirviendo un placer y una frustración a partes iguales.

Primero lo bueno. La temática es absurda y extraña; eres uno de los 16 huéspedes de un transatlántico, invitados por un misterioso Señor X, que ofrece recompensas por un asesinato astuto. Mata a los huéspedes que te señale y te dará premios extravagantes. Pero puede (es muy seguro) que te acabe afectando cumplir estas órdenes y ver a los invitados morir uno a uno en tus manos.

Y ahora lo frustrante: este es un juego exclusivamente multijugador, y su éxito depende en buena medida de que los jugadores implicados en las partidas acepten sus reglas. Si no lo hacen, pueden hacer que el título sufra una regresión hasta las tradiciones más arcanas del género; coger un hacha y acabar con todo aquel que se cruce en su camino, como si estuvieran poseídos: divertido para uno, muy molesto para el resto.

Volviendo a lo bueno, mientras trazas tus planes de tu asesinato y acechas a la presa, necesitarás satisfacer ciertas necesidades; como en *Los Sims,* cada personaje necesita comer, beber, socializarse, darse una ducha y hasta usar el inodoro. Para estar al día con las obligaciones biológicas y sociales tendrás que explorar el barco, y podrás gastar el dinero conseguido a base de asesinar: un corte de pelo, un sombrero o asistir a espectáculos. Es algo tonto, pero altamente entretenido.

Es una lástima que este brillante planteamiento acabe abandonado por un interfaz que necesita con urgencia un rediseño. El juego requiere reacciones rápidas, por ejemplo, para arrancar un hacha de incendios de la pared y asestar un golpe a alguien en la cabeza. Para ello existen pantallas de inventario y teclas de atajo, con un excesivo número de *clicks* del ratón. Morir porque has sacado un paraguas en lugar de la pistola que pretendías es desquiciante.

Aun así, *The Ship* alberga elementos espectaculares. Ciertas áreas del barco están cubiertas por cámaras de seguridad y guardias. Se supone que son zonas teóricamente seguras (aunque puedes sobornar a los guardias para que miren hacia otro lado). E incluso, si te sientes en peligro, puedes sacar intencionadamente una pistola para que los guardias te envíen al calabozo, lugar seguro.

Problemas de comunicación. El sistema para determinar quién y cómo está observándote –es decir, la vigilancia– es casi aleatorio. Matas a golpes a un anciano octogenario en el casino y escapas del delito. En cambio, rechazas con un bate el golpe de espada que un asesino pensaba asestarte y acabas juzgado y desplazado hasta las últimas posiciones de la tabla de clasificación.

Todos estos son fallos que pueden ser resueltos: Outerlight lanzará los parches correspondientes para resolver las incoherencias y los fallos del interfaz, así como la comunidad en torno al juego. La delicia final: *The Ship* será así un juego mejor. La última frustración: no estamos hechos para esperar. **[6]**

Los disfraces y complementos, incluyendo un sombrero de copa, monóculo, gafas o incluso un traje nuevo pueden emplearse para distraer y confundir a tus enemigos –gira en esa esquina, cámbiate y sigue caminando–. Contén los nervios y sigue caminando sin girarte, todo ello mientras sabes que tu enemigo ha perdido tu pista. Es un momento memorable.



Los envenenamientos te matan si no puedes alcanzar las dependencias médicas a tiempo. Dejar un muerto delante de la enfermera –arriba– es una hilarante forma de proceder.

El lujo del Titanic



La apariencia de *The Ship* es la de una peculiar y divertida película de dibujos animados. Los personajes son dibujos animados mezclados con el estilo de Agatha Christie: monóculos, sombreros de copa y plumajes. El mismo trasatlántico está revestido de lujo y ostentación, tanto que puede sentirse el tacto del tapete de las mesas de billar. Pero existen fallos gráficos: si te lavas las manos no podrás secarlas y gotearán todo el nivel.

Una vez comienzan a aparecer escenarios famosos, como el Teatro Chino de Grauman, el juego mejora. Especialmente para los que invirtieron la mañana del preshow de Microsoft en hacer turismo por Hollywood Boulevard.



El desafío global del juego viene de manejar el indicador de amenaza. Apagar fuegos, curar heridos y asesinar a traficantes de droga hace que disminuya, pero el Gobierno responde si llenas de plomo a ciudadanos inocentes.



Una serie de sucesos alternativos refina tu progreso por el juego. Te llevarán a solucionar los problemas derivados del impredecible punto de regeneración y el escaso indicador de daños a base de cuidar de tu trasero.

BAD DAY LA

PLATAFORMA: PC PRECIO: 39,95 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: PLANETA DEAGOSTINI PRODUCCIÓN: ENLIGHT
ESTUDIO: MAURITANIA IMPORT/EXPORT CO.

El argumento engancha porque se asienta en un concepto sencillo y fuerte: todos los desastres imatinables se presentan al mismo tiempo en Los Ángeles. Descarrilamientos de trenes, accidentes de avión, ataques de supervillanos, terremotos, desastres químicos y golpes terroristas convulsionan a una ciudad que ya tiene bastante con su día a día de conflictos raciales, tráfico de drogas y cientos de robos menores. En el papel de un listillo sintecho, más interesado en salvar su propia piel que en solucionar la vida a los demás, vagarás por la ciudad intentando mantener el orden dentro del caos: dispara a aquel terrorista aquí o cura a ese niño herido allá.

Es tan imaginativa como cualquier fantasía mitológica. En una decisión inspirada, se ha encargado al dúo artístico Kozyndan de la parte visual. El estilo de dibujos animados con toques ácidos de caricatura confiera una solidez y autenticidad que no se hubiera conseguido con un punto de vista realista. La implicación de Kozyndan está llena de sentido común, porque está claro que la compañía de American McGee está en plena sintonía con ellos. La fortaleza de su estilo artístico deja claro que Los Ángeles puede ser retratada con una sencillez propia de la baja resolución que sería terrible intentar plasmar en un videojuego con apariencia convencional. Existen también otros fallos en los visuales: el código mismo transmite la sensación de ser frágil, y es sencillo toparse con irritantes bugs, afortunadamente poco importantes.

La acción, en tercera persona, incluye acciones como disparar, curar y arreglar, para las que sólo hay que seleccionar el ítem adecuado, dirigir el punto de mira y hacer que el fluido correspondiente salga a chorros, algo que finalmente acaban siendo tareas casi indistinguibles. La muerte puede sobrevenir sin aviso, muchas veces incluso sin causa aparente. Aunque la elección musical es excelente, el doblaje es completamente *amateur.* No obstante, de otra forma el guión no brillaría ni tendría, algo muy extraño en los videojuegos, algo de mordacidad satírica.

Es una pena, porque *Bad Day LA* es un título tremendamente apetecible. Los escenarios funcionan; los insulsos suburbios dan paso a lugares clave de la ciudad totalmente reconocibles; la ciudad está mejor capturada de lo que *True Crime, The Getaway* o *Project Gotham* han ofrecido nunca. Los elementos jugables que aporta cada evento (los terremotos añaden plataformas, los terroristas combate y los accidentes aéreos incendios) dan un ímpetu irressistible y una curva de dificultad a lo que de otra forma habría sido una experiencia de juego plana. Al final, *Bad Day LA* es el juego del que la gente normalmente dice que espera con ansia y que, cuando sale, acaba abandonado: premia la ambición sobre la ejecución y el talento por encima del refinamiento, y ambos pagan el precio por atreverse a ello. **[4]**

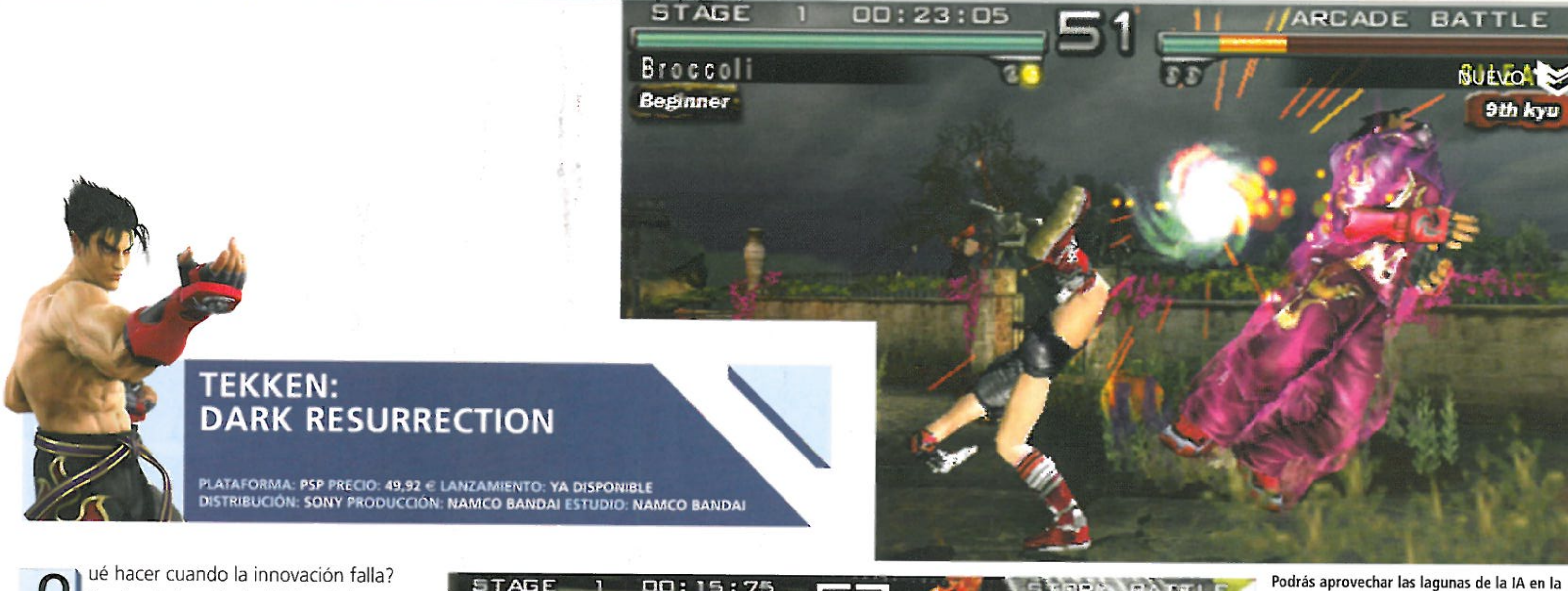
Dándole al jefe



McGee declaró que quería que *Bad Day LA* fuera lo más accesible posible, creyendo acertadamente que por su estilo y temática tendría un atractivo más amplio que otros videojuegos más tradicionales. Pero, mientras que los retos son menores en la dificultad más fácil, los jefes finales suponen un retorno al deplazamiento lateral en busca del punto débil del enemigo, algo que puede ser alienante para los veteranos y demasiado confuso para los novatos.



Las misiones de escolta y los episodios con desplazamiento automático de la pantalla *–on the rails–* con esta ametralladora acoplada en la parte de atrás de una ambulancia son de los elementos menos elegantes. Pese a ellos, el juego hace un inusual buen trabajo dando ritmo y variedad en la historia y en la jugabilidad.



TEKKEN: DARK RESURRECTION

PLATAFORMA: PSP PRECIO: 49,92 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: SONY PRODUCCIÓN: NAMCO BANDAI ESTUDIO: NAMCO BANDAI

Podrás aprovechar las lagunas de la IA en la dificultad fácil, pero, en la más difícil, si cometes un fallo, el luchador rival te pasará por encima como una apisonadora.

Qué hacer cuando la innovación falla? Según el ejemplo de *Tekken 5,* hay que enterrar los resultados bajo 50 toneladas de hormigón. Ahora, *Dark Resurrection* repite la operación. Desde el momento en que Heihachi Mishima se levantó de su tumba, el discreto *Tekken 4* se ha convertido en un difuso recuerdo olvidado por la determinación de la serie de mantener sus tradiciones y sus excesos a toda costa.

Ahora es un título portatil, aunque desde Japón han dejado claro que la PSP necesita un *Tekken* más de lo que *Tekken* necesita a la PSP. Es difícil demostrarlo: el catálogo de Sony no está exento de calidad, en lo que falla es en transmitir esa calidad.

El título de las recreativas se ha comprimido con buenos resultados: las texturas son más sencillas y el sistema de control se ha modificado, pero es *Tekken* cien por cien Los recelos sobre el control han resultado ser infundados: hay que acostumbrarse a la transición al pad direccional, pero los viejos combos siguen ahí. El cambio entre las proporciones 4:3 tradicionales y 16:9 de la pantalla panorámica ha distorsionado con delicadeza la apariencia, aunque ha sido para bien: los escenarios parecen más pequeños y estrechos y los personajes más grandes. El resultado es un combate más íntimo. Moviéndose a 60 frames por segundo durante las batallas –pero sólo a 30 para las escenas intermedias– el título muestra lo que puede lograrse en PSP ahora que su segunda generación de juegos empieza a asentarse.



El sistema de control *Tekken,* que asigna cada botón a un miembro, aunque criticado en el pasado, se mantiene intacto. Permite unos combos que son más intuitvos que secuencias que debas memorizar, gusta más con la experimentación.

Los jugadores familiarizados con *Tekken 5* encontrarán poca novedad. *Dark Resurrection* no deja de ser un remix: aunque incluye retoques en la plantilla de luchadores, dos nuevos personajes y algunos golpes antes demoledores se han equilibrado, el modo historia permanece idéntico. Los añadidos en forma de minijuegos (incluyendo el viejo conocido Tekken Bowling), game sharing, Ghosts, y el Tekken Dojo, donde disputarn ligas y torneos.

Aunque está visto que la fórmula funciona, es difícil desprenderse de un sabor agridulce dada la situación poco cómoda en que se encuentra *Tekken.* Abatido por los errores pasados de la cuarta entrega, la serie se ha hecho fuerte haciendo valer su propia



historia –y las peticiones de los fans–, tanto que ahora es incapaz de innovar. Y así, la versión para PSP sólo puede crecer en amplitud más que en concepto. Siempre habrá un lugar para los juegos de calidad, pero no se puede escapar del hecho de que lo que supuso una agradable sorpresa en *Tekken 5,* ahora es únicamente agradable. **[7]**



Una decisión que ha dividido las opiniones: los 34 luchadores de la plantilla están disponibles desde el principio, dejando como contenido desbloqueable los minijuegos y otras cosillas que aparecen según progresas en el modo historia.

Luchador fantasma



En lugar de contar con un modo *online* para combates entre jugadores, *Dark Resurrection* usa un Ghost que representa a cada luchador en la red. Este clon aprenderá por imitación tu estilo de lucha, podrás subirlo a Internet y compartirlo con otros jugadores. Subir los Ghost parece un proceso complicado por ahora y el resultado de combatir contra IAs que simulan el estilo de otros jugadores no es demasiado distinto a las peleas contra la CPU, aunque no deja de ser un indicativo de la generosidad inherente a *Tekken.*



Los botones principales de PSP siempre han transmitido la sensación de ser delicados, como la máquina misma. Pese a todo, parecen ser capaces de soportar el inevitable machaqueo que todo juego de lucha lleva implícito, más aún si se pelea en el modo más difícil de *Dark Resurrection.*

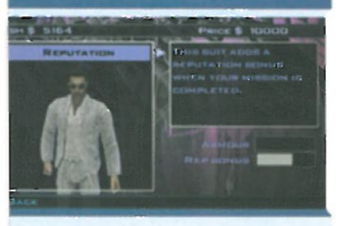




CORRUPCIÓN EN MIAMI: EL VIDEOJUEGO

PLATAFORMA: PSP PRECIO: 39.90 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: VIVENDI
PRODUCCIÓN: VIVENDI ESTUDIO: REBELLION

Moda en Miami

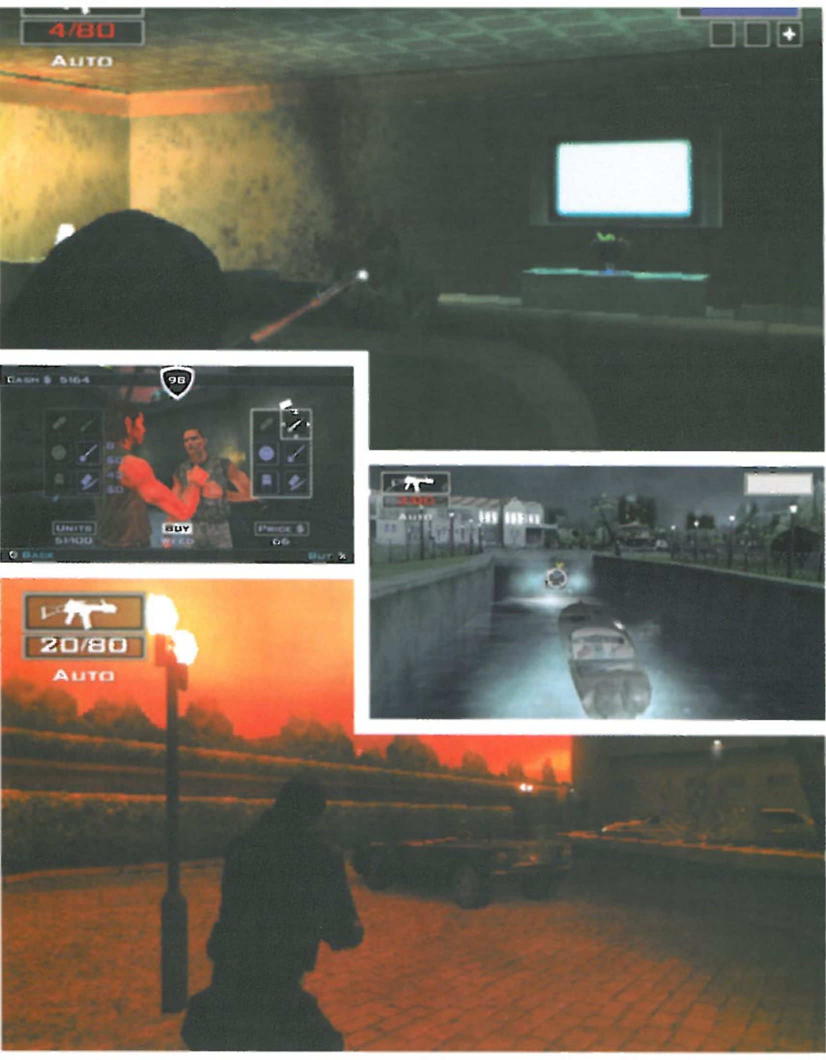


Cuando ya has jugado la mayor parte del título encuentras uno de los elementos en los que han puesto más interés: la creatividad aplicada al sistema de reputación. El traje que lleves afecta a la reputación que obtienes en cada nivel: la armadura puede ser práctica, pero revela tu miedo a los disparos, no impresionarás nada y no sumarás puntos de reputación. Prescindir de chaleco antibalas y escoger un traje beis con camiseta te reportará un abultado bonus. Una reputación alta te permitirá acceder a más traficantes de droga y a conseguir más puntos.

Corrupción en Miami aterriza en la PSP de forma loable, ofreciendo una gran parte del contenido que incluye la licencia, más un buen lavado de cara. No hay duda de que el videojuego se ha beneficiado de la relativa seriedad de la serie tanto como Rebellion ha intentado extraer lo mejor de la PSP. El resultado es un título sorprendente, lleno de desafíos y con un buen número de ideas, unas prestadas y otras nuevas.

Más que ser un simple juego de acción basado en correr y disparar, *Corrupción en Miami* opta por un enfoque mucho más acompasado. Ponerse a cubierto es el elemento central y, aunque no lo parezca, se ha revelado como una elección jugable que trae un número importante de procedimientos estratégicos; agacharse y recargar se convierten en algo crucial cuando se tiene enfrente a una IA competente. El sistema está bien implementado, con opciones que se activan sólo en un contexto determinado, dejando al jugador libertad para investigar los alrededores. El sigilo, agacharse y levantarse para abrir fuego en el momento justo traerá muchos recuerdos a los fans de *Time Crisis* (o a cualquiera que haya jugado alguna vez a uno de esos juegos de patio de colegio).

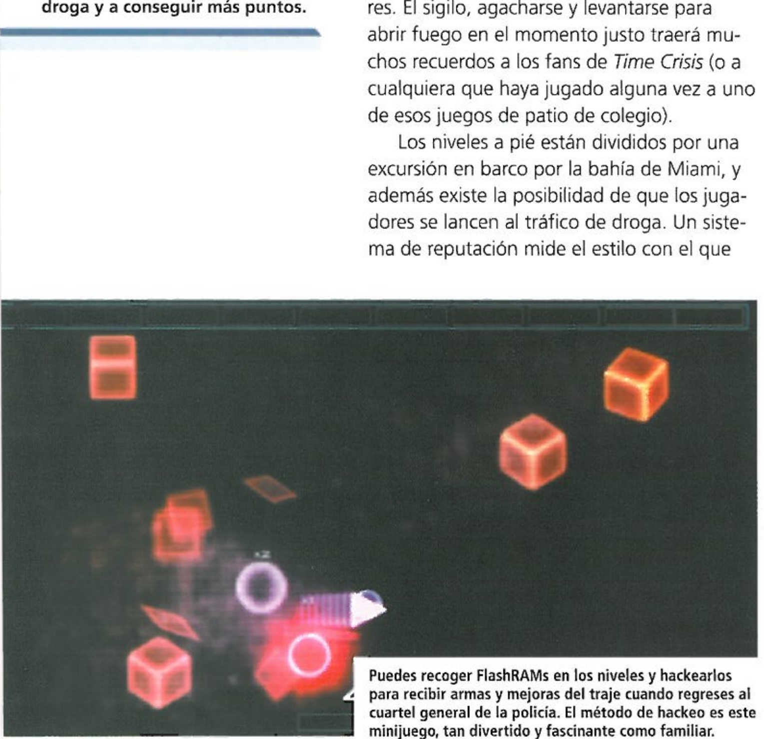
Los niveles a pié están divididos por una excursión en barco por la bahía de Miami, y además existe la posibilidad de que los jugadores se lancen al tráfico de droga. Un sistema de reputación mide el estilo con el que Crockett o Tubbs hacen sus tratos, y, con un minijuego, *Every Extend Extra* se convierte en un sistema de hackeo. Estos divertimentos equilibran el medido –aunque quizá excesivamente determinado– ritmo de juego cuando éste empieza a perder novedad. La puntilla es el modo cooperativo, para el que se necesitan dos copias de *Miami Vice*.



No hay diferencias si juegas con Crockett o con Tubbs; sólo depende de cuál te guste más. Los modelados de los personajes no están tan bien como en otros títulos de PSP, pero están animados con un toque de serie policiaca de los 80.

Pero *Corrupción en Miami* tiene también aspectos ásperos, con problemas irritantes que van desde una casi microscópica retícula para apuntar al objetivo hasta una predilección por dejarte en nuevas habitaciones que contienen a seis traficantes de drogas con malas intenciones. Los enemigos suelen repetir las mismas frases, una falta que apunta a más a unos recursos de producción limitados que a un intento de representar las consecuencias del abuso continuado de drogas.

Las carismáticas y evocadoras animaciones, las puestas de sol que maquillan muchos de los defectos del juego y, aunque acabe limitado en su atractivo final, *Corrupción en Miami* está hecho de una forma sólida e imaginativa. Si disfrutas viendo a dos policías enfrentarse a todo un sindicato de la droga, lo encontrarás interesante, y como una posibilidad para que uno de los más exitosos desarrolladores del Reino Unido eche raíces en un género complicado. **[6]**



Puedes recoger FlashRAMs en los niveles y hackearlos para recibir armas y mejoras del traje cuando regreses al cuartel general de la policía. El método de hackeo es este minijuego, tan divertido y fascinante como familiar.







Ponerse a cubierto tiene un gran papel en la jugabilidad. Es sensible al contexto y se activa cuando la acción nos lleva a obstáculos (estanterías, cajas y hasta altavoces de algún club). Las claves del éxito son sacar la cabeza en el momento exacto y acertar con los disparos.



El villano Specter, que repite, tiene ahora su propia campaña, en la que puede participar él mismo o cualquier otro mono clásico. El interés por esta historia se desvanece rápidamente una vez se ha visto lo similar que es a su equivalente 'bueno'.



Aparte de las bandas de monos listos para combatir a los que tu personaje dispara y golpea a diestro y siniestro, está el ya habitual número de primates que debes encontrar. Están ocultos y hace falta un esfuerzo considerable para capturarlos, aunque puedes hacerles un seguimiento por cámara.



APE ESCAPE: MILLION MONKEYS

PLATAFORMA: PS2 PRECIO: 6.800 ¥ (45€)
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE EN EE.UU. Y JAPÓN, SIN FECHA EN EUROPA DISTRIBUCIÓN: SCEI PRODUCCIÓN: SCEI ESTUDIO: SCEI

Aunque *El Planeta de la huida de los Simios* sería un título más apropiado para *Million Monkeys,* donde los chimpancés con más mala leche de Sony intentan tomar la Tierra en un intento de dar a la teoría de la evolución de Darwin un final inesperado. Es el cuarto título 'oficial' de la serie pero puede pasar inadvertido por el gran número de descendientes que *Ape Escape* ha tenido en los diferentes sistemas PlayStation. En esta ocasión se ubica en lugares reales, hay múltiples vehículos de ataque para pilotar y el combate cobra más importancia, aunque suene a *spin off* de pesadilla para una franquicia que se ha vendido a un inteligente estilo de puzzles basados en 'esconderse y pereguir' que abrazan colores vivos en lugar de temerlos.

Pero este cambio no es la ruina. El combate es muy activo, en gran parte debido al satisfactorio control basado en los *sticks* para el cuerpo a cuerpo y los combos que ayudan a hacer medianamente entretenida la variante de batalla en la arena. Pero pronto ese combate se mete en arenas movedizas y se vuelve repetitivo debido a las hordas de monos que tienes que abatir y capturar antes de que puedas ir tras tu objetivo. Los simios se teleportan a todos los rincones, equipados con varias armas, armadura corporal y vehículos como robots, tanques, overcrafts y hasta platillos volantes. Puedes ocupar alguno de estos vehículos para combatir de forma que es poco satisfactoria, pero muchas veces necesaria, y los enfrentamientos con los jefes finales, aunque bien presentados, acaban resultando algo tedioso.

El esquema de control tradicional de Ape Escape -seleccionando objetos con los botones principales y usando el stick derecho para usarlos– resulta rígido en *Million Monkeys.* En la época de la PSX, la serie consiguió extraer todo el potencial del pad de la consola de forma inteligente y encantadora; ahora *Million Monkeys* ha sustituido el sigilo imaginativo por una pelea tipo melé a la que no se ajustan los controles. La cámara es lo más delicado –aunque su función para fijar los objetivos no va mal–, incapaz de soportar bien el ritmo de la acción. Pese a todo, el título gustará a los fans, como los otros títulos de la serie que no han logrado acercarse a la novedad y atractivo del original. Cuando se llega a un punto en el que el momento más entretenido de la serie es un cómico cameo en *Metal Gear Solid 3,* se percibe la apremiante necesidad de que estos monos se preocupen al máximo por la creatividad y por cómo llevar nuevas ideas adelante con más éxito que en esta última entrega. **[5]**



Las batallas en la arena no son especiales, pero ofrecen un uso de las armas del juego de una forma más creativa que la que permite el modo historia. Puedes personalizar los personajes, posición, nombre y tipo de cada *gadget.*

Los muchos personajes comparten características en los *gadgets* asignados a cada botón principal del mando de PS2: un arma cuerpo a cuerpo, una red para capturar que puedes lanzar, una pistola y un par de veloces patines. Los detalles de estos elementos varían dependiendo del personaje.



Proto-realismo



Ape Escape siempre ha amenazado con convertirse en un empalagoso vídeo _pop,_ con cancioncillas simples y una plantilla de prima(te)-donnas cascarrabias. En _Million Monkeys_ esta amenaza toma cuerpo, ya que arranca con escenas de un _show pop_ que incluye bailarinas con trajes Piposaru -mono en japonés- al ritmo de una adaptación de _I Feel Love,_ de Donna Summer. Informativos grabados en estudio actualizan al jugador con los desastres a los que los monos contribuyen, mezclándose con material real de las ciudades atacadas. Los teletipos que aparecen en las noticias –el Banana Watch– se actualizan con información de las ciudades más importantes del mundo, aunque su estilo de parodia acaba con cualquier resquicio de dramatismo.

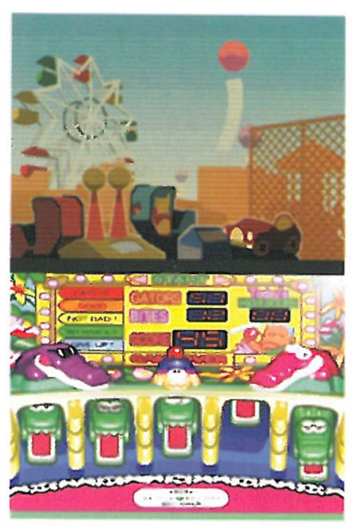
POINT BLANK DS

PLATAFORMA: DS PRECIO: 30$ (23€) LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE EN EE.UU. Y JAPÓN, POR CONFIRMAR EN ESPAÑA PRODUCCIÓN: NAMCO BANDAI ESTUDIO: NAMCO BANDAI

De todas las rarezas preciosistas que la Ds ha inspirado a los desarrolladores, la última que se podía imaginar es la conversión casi tal cual de un juego de disparos en un *point and click*. La idea es eliminar la línea visual implícita en la pistola de luz y convertirla en explícita mediante el toque del stylus. En la práctica es como si apuntaras con la mítica pistola GunCon apoyándola en la pantalla de la tele directamente. Es fácil imaginar que esto te da una ventaja poco leal.

Por extraño que parezca, el resultado no es desastroso, aunque tenga fallos de planteamiento. Un año probando todo tipo de minijuegos basados en interactuar con la pantalla táctil han quitado fuerza a la idea de que la DS sirve sólo para matar el tiempo en ratos sueltos, por lo que la aparición ahora de *Point Blank* sin más pretensión que el jugador consiga la puntuación más alta en la lista de récords es la menor de sus pegas. El juego que más se le puede parecer es Ouendan, si le quitamos ese ritmo vibrante y el guión de comedia: un juego donde lo único que se interpone entre tú y la victoria son una serie de frenéticos y exigentes toques de la pantalla táctil en una rapidísima sucesión.

Cerca de 40 extraños minijuegos logran mantener la variedad sesión tras sesión, o al menos para provocar una falsa ilusión de variedad que evita que el jugador se canse rápido. Namco Bandai ha aprendido la lección observando a Kawashima y el resultado es un modo semi-*Brain Training,* aquí bautizado como Brain Massage. En él, la puntuación en los minijuegos sirve para calcular el valor de atributos como atención y precisión, que sirven para ubicar al jugador en unas absurdas categorías que van desde lanzador de confetti profesional a sargento excavador, pero no incluye logros por aprendizaje ni las mejores puntuaciones. Es sólo una parodia, y puede que sea el más inteligente de todos los modos de esta versión portátil.



El apartado Games Museum da a los aficionados de Namco la oportunidad de disfrutar con versiones reeditadas de las primeras máquinas recreativas, pero no dejan de ser una simple novedad puntual, ya que son clásicos muy simples sin oportunidad de profundizar en ellos.

Point Blank DS está por debajo de sus posibilidades, contentándose únicamente con mostrar por encima el encanto de sus personajes, lo frenético de sus minijuegos y la siempre agradecida opción para un segundo jugador. Su éxito como juego accesible y divertido está más que probado, aunque esta versión sólo apunta a ser un entretenimiento puntual entre partidas de juegos más consistentes. **[5]**



Como en los *Point Blank* originales de PlayStation, el modo versus duplica la diversión de cada minijuego. Curiosamente, funciona en multijugador con un único cartucho.

OVER G FIGHTERS

PLATAFORMA: 360 PRECIO: 69.90 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCCIÓN: UBISOFT ESTUDIO: TAITO

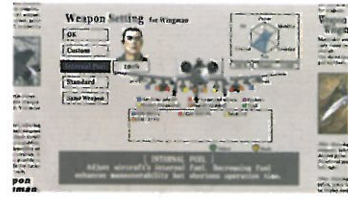


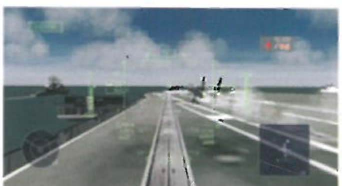
No es justo esperar trasfondos dramáticos e historias pretenciosas para un título de combate aéreo que recoja la herencia de la serie por excelencia de este género: *Ace Combat*. Las localizaciones por donde discurre *Over G,* por diseño, están privadas de esa herencia, sin los inmensos espacios aéreos sobre tierra y mar que Namco suele ofrecer.

Pero los espacios pequeños pueden ser glamurosos, aunque el sentido de la escala de *Over G* acaba roto debido al poco detalle de las zonas de tierra, que no impresionan en ninguna altura y que ha sido concebido con la *High Definition* en mente. La HD puede ser interesante incluso para el más plano de los juegos si los contenidos se han trazado con limpieza y claridad, pero aquí sólo destaca la monotonía; hay



Nada de las maniobras radicales de *Ace Combat*. Tienes que tener en cuenta el efecto de la gravedad (*Over G).* Asciende y gira bruscamene y verás como la pantalla se va oscureciendo conforme el piloto pierde el conocimiento por este efecto.





Puedes elegir entre un grupo de pilotos, y cada uno de ellos prefiere volar en un tipo determinado de avión, y también puedes complementar el armamento a tu gusto. Ver las repeticiones puede ser, sorprendentemente, muy tranquilizante si desactivas la música, basada en guitarras.

diferencia entre ser plano y simple, y ser demasiado plano. El fino trabajo en el modelado de los jets es el punto más destacado, y por un corto periodo de tiempo; apreciable sólo cuando se mira alrededor de la cabina.

A pesar de esto, sigue existiendo atractivo en *Over G,* debido en parte a lo poco habitual que es encontrarse con tantas opciones para poner a punto los cazas y que agradecerán aquellos que prefieran preparar una batalla para ganarla antes que recurrir a las reacciones instintivas. Es una experiencia parecida a la simulación y con un núcleo muy técnico, pero con un serio obstáculo: sus breves misiones se convierten en tediosas, debilitando a todo el conjunto. Se necesita más brillo, al menos para salir de su falta de imaginación e insuflar vitalidad a sus combates y escaramuzas.

Las peleas *online* disponibles para ocho pilotos pueden minimizar esto, dejando al modo individual en un segundo plano, desplazado por *deathmatch* con oponentes humanos. Pero no pueden evitar la sensación de que *Over G* es algo alienado e impersonal, tanto como cabría esperar de la guerra moderna. **[4]**





SAINT SEIYA: HADES

PLATAFORMA: PS2 PRECIO: 49.90 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: ATARI
PRODUCCIÓN: BANDAI NAMCO ESTUDIO: DIMPS

La serie de *anime* que hace más de 15 años caló en el corazón de todos los jóvenes españoles –con el permiso de *Dragon Ball*–, lejos de apagarse, sigue vigente. *Hades* cierra las andanzas de *Los Caballeros del Zodiaco* enfrentándose al señor del Inframundo y a su ejército de Espectros comandado por tres jueces supremos.

Se repite el enfoque: un juego de lucha con un sistema de combate peculiar que es fiel a la serie y reproduce las técnicas de cada Caballero. Comparado con cualquier *beat'em up* actual, *Hades* pierde de bulto en número de ataques por personaje, combos y otras posibilidades. Bajo ese prisma, la base de juego de lucha con tres ataques especiales, cuatro técnicas y golpes cuerpo a cuerpo comunes para todos los personajes es insuficiente.

El escaso año de diferencia que ha habido entre los dos *Saint Seiya* da idea de lo rápido que se ha programado este capítulo: los mismos motor gráfico, texturas, modelados y melodías. Aun así, ha habido cambios. El combate está mucho más equilibrado, cobrando importancia la media y larga distancia. Además, el ritmo es más rápido y se han incluido unos combos encadenados por fases importados de *Budokai*. Los escenarios, aunque se reutilizan los del santuario, recogen los lugares clave del mundo de *Hades*. Se ha contado con la colaboración del equipo del *anime* para la elaboración de las secuencias entre combates, que tienen una minuciosa carga narrativa.



La plantilla de personajes ha aumentado poco; debutan Shion de Aries, Orfeo de Lira, Aiacos, Radamantis y Minos. El resto son cinco caballeros de bronce con tres variantes de sus armaduras, y los doce caballeros de oro, agrupados en renegados y fieles a Atenea, amén de apariciones como Kanon de Geminis, Marin y las versiones de Seiya, Shiryu y Hyoga con armadura de oro.

La intro principal, en cambio, está generada por ordenador.

A pesar de sus cuatro modos de juego, que sirven para desbloquear tediosamente un gran número de extras (eventos, galerías de arte, test de sonido y voces –originales, en japonés– e imágenes de la serie de figuras de acción Myth Cloth), a excepción del modo historia, no logra mantener la atención del jugador.

Hades es una secuela que todos los fans de *Saint Seiya* sabrán apreciar. Lo raquítico de su sistema de ataques como juego de lucha le condenan a recalar sólo en este segmento del público, que sabrá agradecer la fidelidad y el empeño que desde Japón se ha puesto en mantener el sabor de la serie. Pero no deja de ser una versión mínimamente ampliada del primer capítulo. Podría pasar como expansión y no como un título nuevo. **[4]**

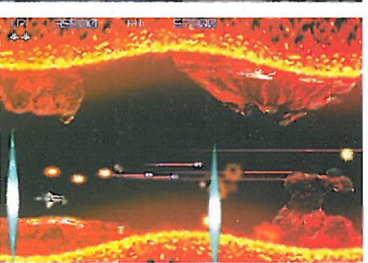




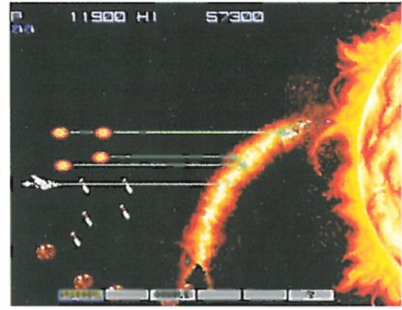
GRADIUS COLLECTION

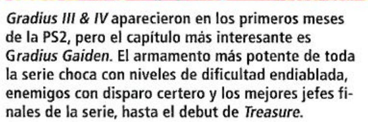
PLATAFORMA: PSP PRECIO: 39.90 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: KONAMI
PRODUCCIÓN: KONAMI ESTUDIO: KONAMI











Gradius III & IV aparecieron en los primeros meses de la PS2, pero el capítulo más interesante es _Gradius Gaiden_. El armamento más potente de toda la serie choca con niveles de dificultad endiablada, enemigos con disparo certero y los mejores jefes finales de la serie, hasta el debut de _Treasure_.



Por méritos propios, *Gradius* se ha ganado la denominación de saga de culto tras cinco entregas, varios episodios paralelos y multitud de cameos de su aeronave interestelar protagonista. A pesar de la recesión en la que está sumido el género de los matamarcianos, que ha pasado a ser feudo casi exclusivo de lo retro y los años 90, Konami ha dado nuevas alas al Vic Viper con el magistral *Gradius V*, desarrollado por Treasure para PlayStation 2 y con este homenaje. *Gradius Collection* alberga cinco títulos emblemáticos de la serie; los cuatro primeros *Gradius* versionados desde arcade y el carismático *Gradius Gaiden*, exclusivo para PSX y, para muchos, el mejor de la serie.

Las conversiones son idénticas a los originales, lo cual ha motivado que se hereden también defectos como los bajones de *frame rate* cuando la pantalla se llena de enemigos y los haces de rayos láser de los Option disparan sin cesar. La recopilación permite ver la evolución que *Gradius* ha sufrido; migrando desde las bases más elementales de los *shooters* horizontales de sus primeros capítulos a propuestas más atrevidas en *Gradius IV* y *Gaiden*. Esto también se observa a nivel jugable, especialmente en *Gaiden*, que supuso la ruptura del sistema de armamento cerrado y la inclusión de tres nuevos cazas interestelares: Lord British, Jade Knight y Falchion Beta.

Se puede guardar la partida en cualquier *checkpoint*, lo que hará que los más puristas se rasguen las vestiduras. Esto favorece la experiencia portátil –aunque la opción no aparecía en ninguna de las versiones anteriores de *Gradius* para *Game Boy*–, ya que permite jugar partidas en cualquier momento sin miedo a perder los progresos, pero también elimina parte de la endiablada dificultad de *Gradius;* utilizando este método, los juegos pueden completarse en apenas unos días.

El menú principal, desde el que se accede a las distintas entregas, contiene dos sorpresas más; un test de sonido con el que reproducir las melodías de la banda sonora, y una opción Theater que permite dar las secuencias generadas por ordenador que sirvieron como intro para cada capítulo. *Gradius Collection* es todo un reconocimiento, un fetiche que muchos jugadores ya talluditos sabrán apreciar. Veinte años de Vic Viper bien merecen un recopilatorio completo, bien emulado, con extras y de precio asequible, aunque el acercamiento hasta PSP haya traído consigo la opción para guardar y la ausencia de multijugador, algo que los originales sí tenían. **[6]**



PARIS HILTON´S DIAMOND QUEST

DISPONIBLE EN: MOVISTAR, VODAFONE Y AMENA
PRECIO DESCARGA: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
ESTUDIO: GAMELOFT WEB: WWW.GAMELOFT.COM

Paris Hilton es actriz, modelo, famosa, polémica y sexy, pero aunque no lo fuera, sólo con ser una de las chicas más ricas del mundo, gracias a su condición de heredera del imperio hotelero Hilton, hay que preguntarse por qué ha licenciado su nombre a un videojuego. Tal vez, porque Paris sea la perfecta protagonista para la frase inmortalizada por Marilyn Monroe: "los diamantes son los mejores amigos de una mujer."
Y precisamente en encontrar diamantes consiste el juego protagonizado por Paris. Se trata de la conversión de un clásico del género de puzzles y consiste en reunir varios símbolos, en este caso diamantes, según caen en la pantalla.

La prioridad es formar conjunto de cuatro o más elementos para que se desvanezcan y aparezcan en su lugar bonus de puntuación u objetos con efectos especiales, como limpiar toda la pantalla del golpe. En *Diamond Quest,* Paris Hilton te indica al principio de cada nivel una serie de frases cuyas letras debes encontrar antes de un tiempo límite. Si tienes éxito, un bello diamante aparecerá y la no menos bella Paris te regalará una sonrisa.

Realmente no es más que una conversión de un viejo juego con miles de versiones, y los gráficos de la versión del móvil no resultan nada de otro mundo, pero ha sido todo un éxito en los países donde se ha lanzado. En primer lugar, por lo llamativo que resulta el nombre de Paris Hilton y sobre todo porque, aunque parezca lo contrario, no es un juego dirigido al público masculino, sino al femenino, gracias a su cuidado diseño y una peculiar estética que ha conseguido que *Diamond Quest* arrase entre los móviles de las chicas de todas las edades. Ellas prefieren el género de puzzles a los de acción y estrategia, y si además se lo "decora" con buen gusto y guiños a la moda, es comprensible su enorme éxito a pesar de su nula originalidad. **[5]**



La idea no es nada nuevo, sino una versión más de puzzles clásicos, y los gráficos no impresionan. El mayor atractivo es su nombre.

TETRIS MANIA

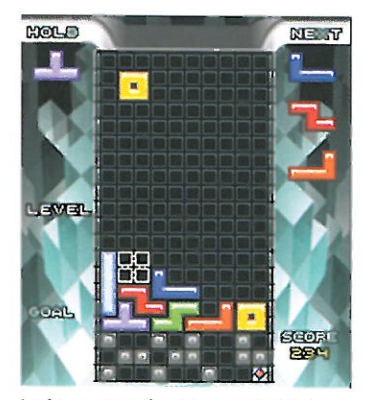
DISPONIBLE EN: MOVISTAR, VODAFONE, AMENA
PRECIO: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
ESTUDIO: ELECTRONIC ARTS WEB: WWW.EAMOBILE.COM

Que un producto tan conocido como *Tetris* aparezca en forma de juego de móvil es algo habitual. Lo que ya no es tan habitual que una compañía de la importancia de Electronic Arts se dedique a lanzar una nueva versión sin más. Y, efectivamente, *Tetris Mania* no es un simple clónico, sino una vuelta de tuerca que exprime el juego original al máximo.

No sólo *Tetris Mania* presenta los gráficos más bonitos que se han visto en todas las versiones que existe para móviles o para otras plataformas portátiles, sino que presenta nuevas características en forma de originales "modos de juego" que acentúan bastante la diversión. El Modo Cascada activa la gravedad y todos los bloques que no estén sobre otros caerán, ayudando a los jugadores con una avalancha de puntos. El Modo Adhesivo permite unir bloques del mismo color, creando nuevas formas de hacer filas, y permitiendo a los jugadores eliminar las filas inferiores más rápidamente y el último es el Modo Fusión, por el cual un bloque activado puede activar otros que entren en contacto con él.

Todos estos modos coexisten perfectamente con el *Tetris* de toda la vida que sigue siendo el preferido por aquellos que quieran matar el tiempo sin más complicaciones, pero para los amantes de las "emociones fuertes" y gustan de romperse la cabeza pensando, el Modo Adhesivo resulta ser el más original y el más complicado, al mismo tiempo que el mejor.

El conjunto se complementa con unos cuidados efectos sonoros y melodías variadas, algo no muy común en los móviles y una muestra del buen hacer de Electronic Arts incluso en sus productos más modestos. Ahora sólo queda una pregunta ¿Cuándo se harán juegos originales para móviles? Tal vez los teléfonos se conviertan en la próxima plataforma masiva de entretenimiento portátil. **[8]**



Los juegos van evolucionando según se amplían las capacidades de los terminales, pero sigue sin haber juegos originales.



UNO DE LOS NUESTROS

DISPONIBLE EN: MOVISTAR, VODAFONE, AMENA
PRECIO: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
ESTUDIO: I-PLAY WEB: WWW.IPLAY.COM

Siempre he querido ser un gangster..." Esta es la frase de promoción de uno de los mejores filmes que han retratado el mundo de la mafia, exceptuando la trilogía de *El Padrino.* Trasladar toda la acción de la película de Scorsese a una plataforma tan limitada como el motor java de los móviles puede parecer imposible, pero sus diseñadores han conseguido ocho horas de juego en las que el protagonista se convertirá en todo un "Capo" del crimen organizado. Pero no hay que engañarse, *Uno de los nuestros* se trata de un sofisticado juegos de póker. Además permite apostar a carreras de caballos y combates ilegales de boxeo. Se le han añadido algunos elementos de aventura y de interacción entre personajes como el cobro de comisiones, chantajes, coacciones y asesinatos varios.

Es uno de los juegos para móviles más interesantes y cuenta con una franquicia cinematográfica de prestigio. El filón de adaptar clásicos de Hollywood no ha hecho más que empezar. **[7]**





Incluso es posible hacer trampas en las partidas de cartas que son el eje central del juego. La historia de *Uno de los nuestros* transcurre a lo largo de 30 años, en los que debes evitar al máximo ir a la cárcel para mantener el respeto.



LOS SOLDADOS LUCHARÁN POR TI
LOS HÉROES MORIRÁN POR TI.

DISPONIBLE EN SEPTIEMBRE DE 2006

























VA DE RETRO

R-TYPE FINAL

PLATAFORMA: **PS2**
DISTRIBUCIÓN: **IREM (JAPÓN), EIDOS (EE.UU.), METRO3D (GRAN BRETAÑA)**
DESARROLLADOR: **IREM**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **2003 (JAPÓN), 2004 (EE.UU. Y EUROPA)**



Pocas series tienen la oportunidad de morir con dignidad, pero la última entrega de R-Type demostró que sacrificar tu vida es un billete seguro hacia la inmortalidad

Da la sensación de que los juegos siempre terminan con puntos suspensivos, no con punto final. Aunque derroques a un tirano o acabes con un imperio, la raíz del mal siempre aparecerá al final sugiriendo que va a volver para causar nuevos problemas al mundo y a tu héroe. La industria piensa que no tiene sentido cerrar el grifo del dinero. Nadie creyó a los de Irem cuando lo dijeron en 2003, pero lo cierto es que el desarrollador tenía en mente el final de su serie de referencia. Punto final.

Hace un par de meses se cumplió el tercer aniversario de la Operación Last Dance, por la cual *R-Type* hizo balance de sus recuerdos y se tomó una sobredosis de pastillas: 101 naves aliadas, 78 enemigas, 84 cañones de ondas y 53 Forces. Aun así, reina un extraño silencio entre los veteranos del género, reunidos alrededor del radar, mirando como las ondas escrutan un futuro sin obtener respuesta, cada vez más convencidos de que la flota de R-9A Arrow-Head y compañía se ha ido para no volver. Si *Final* se hubiera jugado y terminado como otros tantos juegos, nadie lo lamentaría. Pero no fue el caso.

Al contrario, sus responsables trazaron un plan claro antes de que se apretara ni un solo botón, con la imagen de un dispositivo Force perdido en el mar y su sistema de control mirando al cielo como una cadena de acentos sobre su sepulcro.

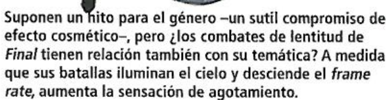
La audacia de la desaparición de R-Type no consistió en la disposición de Irem a dejar que la serie fuera corta, sino en el riesgo que corrió para darle ese último homenaje

Como ya sabían quienes habían venido siguiendo su desarrollo, *Final* era un juego nacido para morir. Aunque su reputación pudiera hacer pensar lo contrario, lo más atrevido de la desaparición de R-Type no era tanto la intención de Irem de acortar la serie como el riesgo que implicaba realizar ese último homenaje. El productor de *Final*, Kazuma Kujo, era el único que creía que el juego tenía una viabilidad financiera. En la luz verde al proyecto se incluía una cláusula que informaba contundentemente de que nunca habría ninguna otra continuación de la serie.









Suponen un hito para el género –un sutil compromiso de efecto cosmético–, pero ¿los combates de lentitud de *Final* tienen relación también con su temática? A medida que sus batallas iluminan el cielo y desciende el *frame rate*, aumenta la sensación de agotamiento.





MODA SHOOTER

En su Galería R, *Final* representa un modo sobresaliente de expresión de marca, jugando con las poses y los escenarios de fondo de sus naves. Compañías similares, la mayor parte de ellas japonesas, hace tiempo que han incurrido en este tipo de prácticas incoherentes, la más notable de las cuales la cometieron Capcom y SNK con sus omnipresentes, y a veces incestuosas, marcas, aparte desde luego de Nintendo. ¿Supone el reconocimiento por parte de Irem de la desaparición del *shooter* un reflejo de una desaparición paralela de esta caracterización complaciente? Quizá hasta que la próxima generación aprenda a superar su afán de naturalismo y regrese a ideales más aventureros, proyectos y actitudes así existirán solamente al margen de la industria.





Vuelto a jugar ahora, el título se conserva sorprendentemente conmovedor: el funeral de *R-Type* congregó a mucha gente. El lento movimiento de la cámara de izquierda a derecha se topa con una procesión bydo que marcha en sentido contrario; los ataques de energía caen sobre el campo de juego como fuegos artificiales; el viejo enemigo parece casi ignorar la presencia de un intruso. Si no fuera por el ocasional ruido de fondo de las armas y sus rayos achicharrando a la humanidad o haciendo sucumbir la flora terrestre a una plaga bydo, sentirías prácticamente que es una falta de respeto apretar el gatillo en medio de un asunto tan serio. Parecía que la invulnerabilidad, que se activaba pulsando una secuencia de botones, no era tanto un truco como una invitación a tomar asiento y expresar tus condolencias.

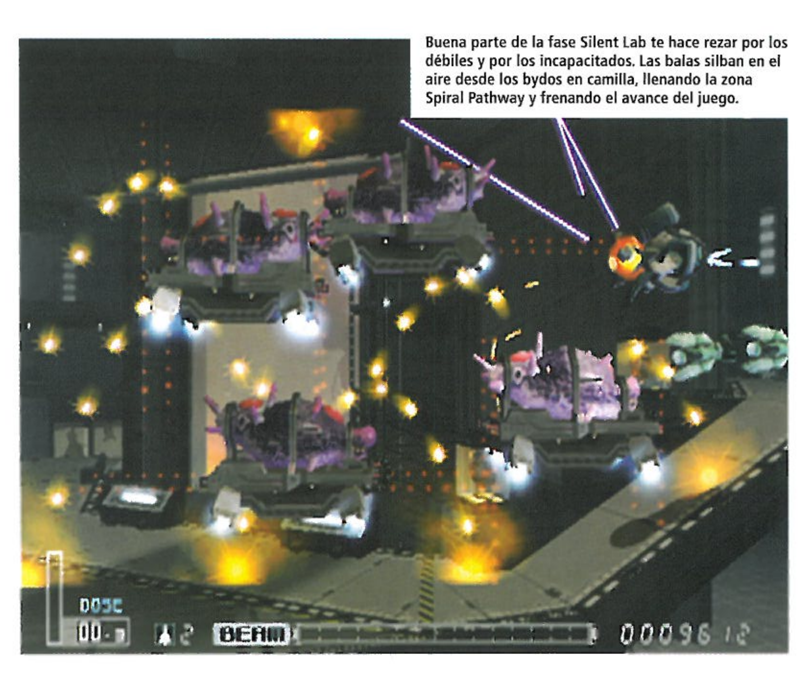
Parecía que la invulnerabilidad no era tanto un truco como una invitación a tomar asiento y expresar tus condolencias

El color y la animación de *R-Types* anteriores parecen un timo si los comparas, pero hay que tener en cuenta el otro lado de la personalidad de *Final:* su incorregible belicosidad, capaz de presumir del hangar del Museo R y su muestrario de asesinos bydo de época. Repleto de rutas ocultas y con un montón de horas de vuelo para acumular, se trata de un monumento a la invención del *shoot'em up,* capaz de todos los cambios de chasis, escudos y armas que un desarrollador refinado podría concebir. Más allá de ejemplos directos como el TP-3 Mr Heli o del R-118 Peace Maker (la nave del juego *Armed Police Unit Gallop* de Irem), cada participante aparece como un capítulo que forma parte de la gran crónica del género que Kujo y su equipo R-Concept decidieron dar por zanjada. Otros títulos de Irem (como el *R-9WZ Disaster Report* y el *R-11S Tropical Angel)* aportan pruebas suficientes como para sugerir que la com-









Buena parte de la fase Silent Lab te hace rezar por los débiles y por los incapacitados. Las balas silban en el aire desde los bydos en camilla, llenando la zona Spiral Pathway y frenando el avance del juego.

Más letales según avanza la serie, los Dobkeratops (derecha) van más lejos que ninguna otra criatura. Tras haber protagonizado portadas y ser el elemento estelar de la serie, Irem las convierte en parias al final.

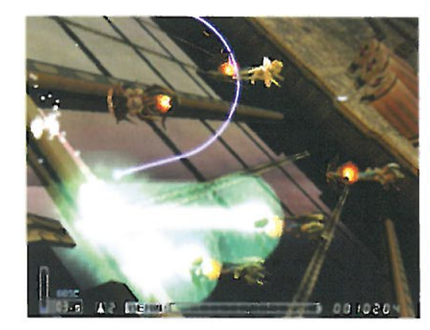
R - 9 A
ARROW-HEAD

pañía entera se encontraba de hecho a punto de despegar hacia el olvido.

El Museo R, construido al servicio de la frase: "¡Despega y golpea al maligno imperio bydo!", da sentido a la falta de concordancia entre las actitudes optimista y pesimista de *Final*. La guerra bydo llega por fin a su término, el bien se impone sobre el mal, y la furia de R-Concept se arroja sobre la flaqueza del adversario. Pero ¿cómo consigue este *shooter,* que vive para desafiar y castigar a sus jugadores, sugerir esa debilidad del adversario y conseguir que valga la pena?

La respuesta se halla en la propia pregunta: *Final* sigue siendo tan despiadada como *R-Type* siempre fue, pero su presentación "sugiere" lo contrario del Bydo. La puntuación extrañamente reducida de Wavelink Zeal duele por su falta de ambición, convirtiendo los pasos y las trayectorias de las escuadrones y criaturas bydo, habitualmente muy medidos, en letargo crónico. No ha cambiado nada mecánico, pero la percepción se ha transformado.

Los *shooters* normalmente parecen absorber el fuego que impacta sobre ellos, intimidando al jugador con la inmunidad de sus niveles y su capacidad para producir enemigos en masa. Pero *R-Type Final* se compromete. Sus orgánicos enemigos gritan más allá de la muerte, y el lanzamiento del rayo del jugador es como una fiera rompiendo huesos. Por primera vez, tu campaña no es un golpe militar ni











Los *R-Types* anteriores, con sus musiquillas y sus alegres paletas, parecen el No-Do ante la línea de combate de *Final.* Mantener visibles a los enemigos en unos entornos tan apagados es un logro importante.

CONTRAPESO

El reto para los modernos *shooters* de múltiples naves es mantener el equilibrio entre el armamento que ostentan ambos bandos. Con su imponente armada de 101 naves, *Final* nunca se paseó con demasiado éxito por este apartado, y buena parte de su encanto radica en descubrir cómo puedes volcar a tu favor un nivel mediante la configuración y selección de las naves. Aunque el R-9A es la elección por defecto y garantiza un aceptable nivel de desafío, las últimas dos naves rebosan de poder, y los dispositivos Force son capaces de barrer escuadrones enteros y aniquilar la artillería de tierra. Cuando el juego se vuelve más interesante es con la mezcla de tecnología bydo y humana, que da pie a un armamento impredecible que da al traste con cualquier estrategia convencional.

una estrategia defensiva, sino una tarea semiadministrativa. Los objetivos de la misión a menudo hacen alusión a ejemplos de juegos anteriores. El Silent Lab, con sus camillas, sus catres de campaña y depósitos de fluido amniótico, es tanto un hospital de campo como una fuente de reclutamiento bydo. Cuando más tarde te infiltras en el corazón de los dominios enemigos, cientos de ojos flotantes miran pasivamente mientras pasas entre ellos, hasta

Aparecen los créditos, y te queda la impresión de que no se trata sólo de los bydo, sino de que está a punto de suceder algo más importante



el corazón del imperio, para asestar el primero de unos cuantos golpes mortales. Aparecen los créditos, y te queda la impresión de que no se trata sólo de los bydo, sino de que está a punto de suceder algo más importante.

No, *Final* no es como otros juegos, y ni siquiera se juega a él como puedas pensar en un principio. Se trata de un concepto *shooter,* que acaba con un viaje conceptual oculto a lo largo de las ramas de su árbol de niveles. Los insinuaciones de poder y de debilidad descritas más arriba no justifican ese extraño final. Cuando llevas a cabo una exploración más exhaustiva del juego y del Museo R lo que ves es que se ha estirado al límite el género. Allí donde la mayoría de *shooters* muestra un ranking de puntuaciones, *Final* dibuja los límites de tiempo y espacio, donde lo humano y lo bydo se funden en uno solo.

El elemento precursor de ese final aparece mucho antes de que el hangar reciba sus primeras naves híbridas –unas jabalinas trenzadas de carne, luz y metal–, e incluso antes de que hagas el primer disparo. Es la imagen principal de *Final,* después de todo, lleva desde 1987 atornillada al frontal de tu nave.

La Force es donde comienzan todos los recuerdos de *R-Type,* y Kujo la eligió como catalizador y símbolo del lugar donde acabaría la franquicia. El tejido bydo sujetó un reactor sintético (que es tanto tu enemigo como tu salvación) indestructible e indispensable. La tradición ha visto la aparición de la Force en pantalla como un riesgo estratégico, que debilita momentáneamente al jugador, si bien posteriormente esa debilidad es superada. *Final* traza un paralelo entre ese proceso y la cronología de la guerra bydo: su punto culminante es el exilio del arma bydo fabricada por el hombre a las últimas estribaciones de la galaxia, su propósito es el regreso y la asimilación. Para que todo el significado de *Final* le haga justicia a su nombre, hay mucho que decir del nivel de dramatismo alcanzado durante esas efímeras oportunidades.



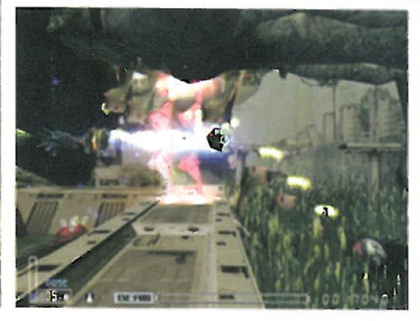
El epílogo de *Final* de la síntesis entre lo humano y lo bydo es el tipo de detalle que, en manos equivocadas, podría parecer una excusa para propiciar una secuela; por fortuna, servirá como salvaguarda de un final tan abierto.

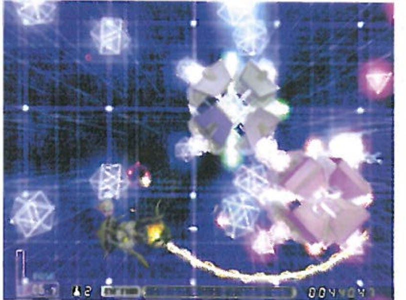
R - 9 W
WISE MAN

Mediante un puñado de palabras, su invisible piloto recorta la figura de Dave Bowman cuando es arrojado a las ocultas etapas finales. Su nave muta para adquirir más poder, y sus destinos se vuelven cada vez más abstractos. En el guión de Irem así es como consigues lo imposible y te acercas al ideal: *Final* es una despedida que no te deja ni descorazonado ni eufórico, sino orgulloso, como debió de quedar su desarrollador cuando hizo coincidir la canción *Proud of you* de Hekiru Shiina con los títulos de crédito finales.

Quizá si los distribuidores no estuvieran todo el tiempo pensando más en las continuaciones de los juegos que tienen en las manos que en los propios títulos en los que trabajan, veríamos más finales dignos como éste. El interés de Irem con *R-Type Final* no estaba en el futuro, ni en su éxito presente siquiera, sino en dar brillo a su pasado. Y la tranquilidad que desprende la eutanasia de la serie te permite apreciar su lugar en la historia, la resolución de su desarrollador y, lo que es más, el dolor de aquellos que huían de su propia mortalidad: *Final Fight* y los otros títulos de la vieja guardia, que pugnaron frenéticamente hasta el final por mantener su atractivo modernizado y se hundieron más rápido en la arena para perecer ahogados por el olvido.

Al principio hay un enfrentamiento entre el bien y el mal, la humanidad y los bydos, pero pronto el héroe descubre que no todo es como se lo han contado. El resultado de *R-Type Final* está lejos del intercambio de balas de siempre.







THE MAKING OF...
METROPOLIS STREET RACER

Se retrasó varios meses, tuvo varias salidas en falso y hubo que reescribirlo totalmente antes de que Bizarre lograra su sueño de carreras urbanas

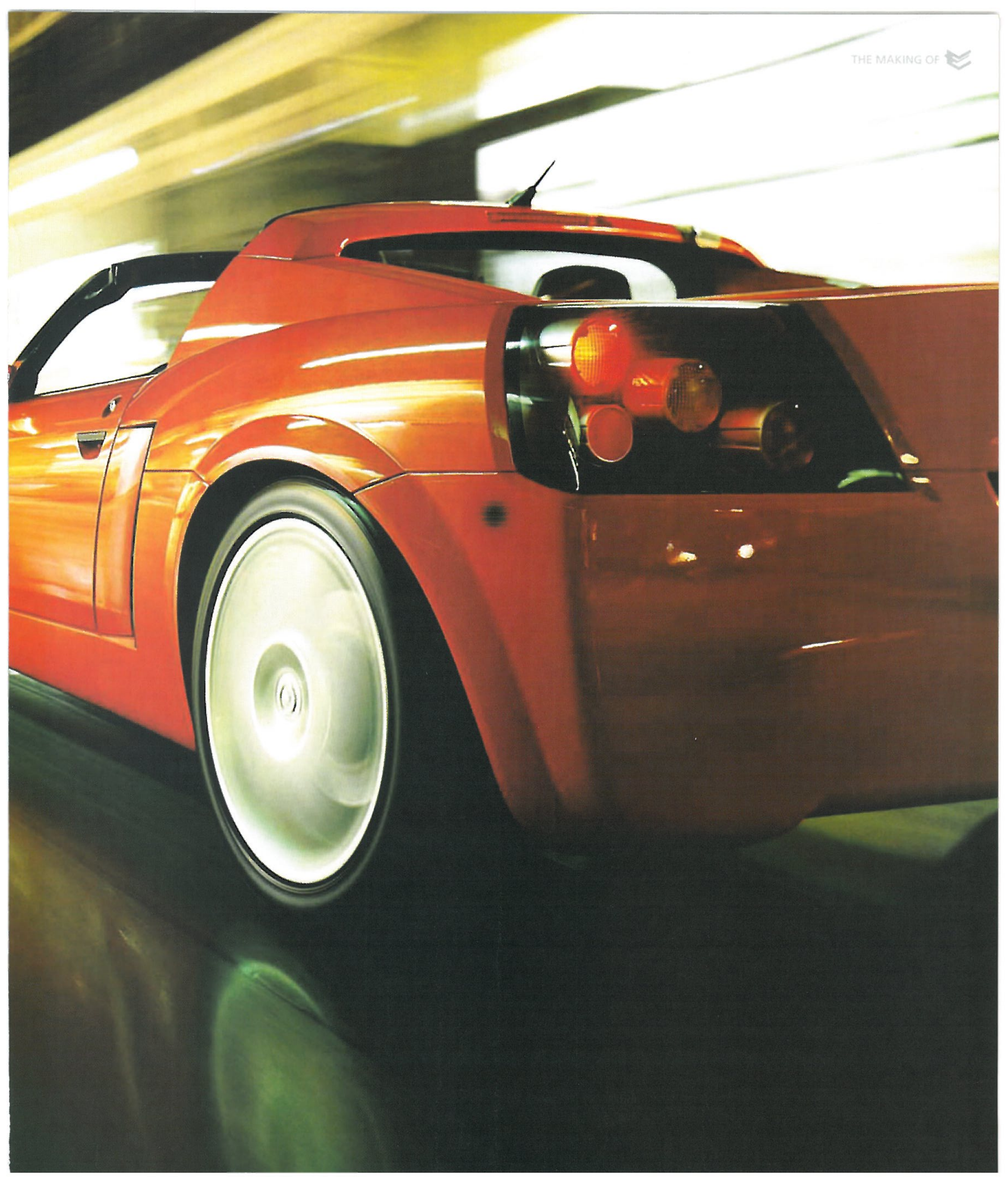
PLATAFORMA: **DREAMCAST** DISTRIBUCIÓN: **SEGA** ESTUDIO: **BIZARRE CREATIONS** ORIGEN: **REINO UNIDO** LANZAMIENTO: **NOV. 2000 (REINO UNIDO)**

Metropolis Street Racer se comenzó en 1997, con un fiasco. O con un 'clas', o como sea el sonido que hace el enchufe de la PlayStation al desconectarse de su parte trasera. "A Kats [Sato, el productor de *MSR* para Sega] le encargaron averiguar quién estaba desarrollando *Fórmula 1* para Sony. Así que, en el ECTS, tiró del cable en cuanto pudo ver los créditos de inicio del juego –evoca **Martyn Chudley,** director gerente de Bizarre Creations entonces y ahora– Tras descubrir que Bizarre era la responsable, se acordó una reunión con Kazutoshi Miyake, entonces director de Sega Europa. Su reputación le precedía como entusiasta del karate. Puso las manos sobre la mesa y bramó: '¡Con *Formula 1* habéis infligido un gran daño a Sega!'. Nuestra reacción inicial fue escondernos debajo de la mesa hasta que nos dimos cuenta de que estaba bromeando, y que querían que trabajáramos para ellos también".

Con dos títulos de *Fórmula 1* para PSX en el bolsillo en aquel momento en 1997, y la amenaza de más en el futuro, *Fórmula 1* empezó a resultar un poco... bueno, rutinario. "Cuando nos enteramos de que Psygnosis nos había copiado el trabajo de cinco años de *F1*, decidimos que Sega podría brindarnos la oportunidad de hacer algo diferente. Hasta entonces sólo había que copiar el tipo de realidad que hace falta para la F1. Oh, ¡y Dreamcast, o Katana/Ninja como se llamaba por aquel entonces, tenía una pinta magnífica! –asegura Chudley– La programación inicial estableció que el desarrolló comenzaría en septiembre de 1997 y el disco máster estaría a finales de agosto del 98, para el lanzamiento de Dreamcast en Japón. Apenas un año, lo que, como sabrá cualquiera que haya jugado con *MSR*, era un plan alocadamente optimista".

"Bramó: '¡Habéis infligido un grave daño a Sega!'. Nuestra reacción fue escondernos bajo la mesa, pero estaba bromeando"

"En principio, Sega quería hacer un título exclusivo para



"Teníamos una relación fabulosa con el productor Kats (en la foto de debajo, el de la derecha del todo), recuerda Chudley (fila principal, cuarto por la izquierda). "Una vez, estábamos intentando explicarle la palabra en inglés 'piles' ('almorranas'). Así que le dimos un racimo de uvas, para que las sujetara con el brazo extendido. Le dejamos así 45 minutos mientras estaba al teléfono con su jefe. En un momento dado, le explicamos que 'te salen cosas así en el trasero' ¡lo sentimos, Kats!"







Aunque *MSR* se proponía ofrecer el máximo realismo posible, las aristas hubo que pulirlas. Chudley cuenta: "El taxi londinense es, en realidad, un taxi negro de Liverpool retocado con un ventilador".



CONCIENCIA GT

"En una ocasión –rememora Chudley–, uno de los codificadores decidió, para divertirse, añadir bromitas internas de Bizarre como 'Degsy', 'Cry8a8y', 'Sausage' y cosas por el estilo, pero además añadió una llamada 'GT cuál', en referencia al título *Gran Turismo*.
Nos quedamos consternados al descubrir que se nos había colado en una versión que enviamos a algunos periodistas. Peor aún, descubrimos que había un pantallazo diciendo 'GT cuál' colocado en el frontal de un coche. Esto iba completamente contra la filosofía de Bizarre de nunca jamás criticar otro proyecto, ni en broma".

Ferrari, lo que dio pie a su primer nombre en clave, *Crimson*. Pero aquello no se materializó, así que reorientamos el rumbo para producir un juego para Mini, un poco al estilo de la peli *The Italian Job* pero ambientado en varias ciudades. Pero el Mini no parecía tener atractivo para un público global. Los coches deportivos, sí".

Su nombre inicial fue *Sega Street Racer*, y luego se cambió a *Metropolis*, debido a las ciudades donde tenía lugar, y al final el nombre se debió al deseo de Sega de que el título resultara más explícito sobre la naturaleza del juego. "Comenzamos creando ciudades imaginarias, pero parecían falsas. Y unir marcas reales con barrios falsos parecía una estupidez. Así que nuestra única alternativa era recrear ciudades reales, porque nos jugábamos nuestra credibilidad sobre ser capaces de crear circuitos reales de F1. Después de probar una demo muy preliminar con tecnología interna de Trafalgar Square decidimos apostar por ella. Londres y Tokio eran obvios, dadas las ubicaciones de Sega y Bizarre, mientras que la de San Francisco la decidimos cuando un amigo fue allí a trabajar, y su mujer, que ama la fotografía, buscó algo que hacer mientras estaban allí".

"Nuestro primer viaje de investigación fue a Japón!". Y hubo tiempo para otro efecto sonoro, un crujido: "Un día se nos cayó uno de nuestros preciados carretes de fotografías entre las puertas del ascensor, y con él se cayeron 30 historias; conseguimos recuperarlo , pero el material resultaba irreconocible".

La primera exhibición del juego, en el E3 de 1999 fue otro trago: "El juego lo codificó un fan de Sega que se inclinaba por la escuela de manejo de *Sega Rally*. Aunque eso puede resultar divertido, al sumarle un punto de vista de ojo de pez, el juego resultó menos realista de lo que queríamos. El diseño en aquel momento era más bien básico: se trataba más de un juego de carreras callejeras al estilo de *Crazy Taxi* o *Harley-Davidson*".

"El desarrollo progresaba despacio, y hubo que tirar por la ventana el calendario inicial. Transcurrió 1999, y necesitábamos preparar una demo para el E3. Justo antes del salón, estando terminada la demo, el codificador jefe se marchó. La demo fue vapuleada: no gustaron ni la conducción, ni la cámara, ni los fuegos artificiales ni los cazas...".

Así que sin codificador jefe, en números rojos, con una demo criticada y sin calendario, Bizarre estaba en serios problemas. "Todo coincidió con que uno de nuestros artistas clave decidió irse de Liverpool. Por suerte, Sega tenía fe en nosotros y decidió que la calidad era más importante que la fecha de lanzamiento de la Dreamcast en Estados Unidos y Gran Bretaña (sobre todo porque tenían listos ya otros buenos títulos) . Y nosotros obtuvimos de *Fórmula 1* algo de dinero para mantener la compañía a flote mientras terminábamos *MSR*...".

Sin codificador jefe, en números rojos, con una demo criticada y sin calendario, Bizarre estaba en serios problemas

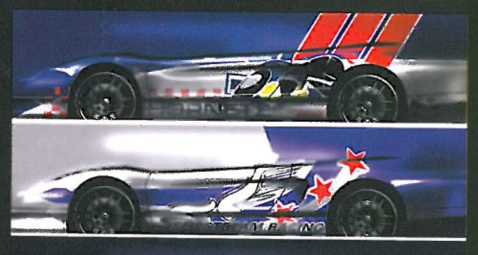
Chudley dio marcha atrás en el desarrollo y se hizo cargo del diseño, la estructura y la programación –no había trabajado con código desde el primer *F1*– con Roger Perkins, un codificador de herramientas de otro proyecto de



Esta foto de 1996 muestra al equipo de Bizarre no mucho antes del nacimiento de *MSR*. El núcleo ha estado en la base de cualquier *PGR*.



En un momento dado se pensó en un modo carrera enfocado en equipo, usando pegatinas chillonas, una idea que no volvió a emerger, al menos visualmente, en la subsiguiente serie *PGR*.





Bizarre, y reescribieron el motor. "Vimos que no era lo bastante flexible ni fuerte para nuestras ambiciones –revela Chudley–. Lo primero que hicimos fue subir el número de polígonos de los coches, y cambiar el ángulo de la cámara para tener más sensación de realismo, y menos de pilotar una nave espacial de *Wipeout*".

"Todos querían crear algo que rompiera de verdad los límites del realismo. La investigación que tuvieron que realizar los artistas para cada ciudad resultó increíble, y existía una gran discusión en torno a la disyuntiva entre realidad y diversión. Los artistas querían hacer las ciudades fieles al cien por cien, y si eso significaba que sólo pudiera pasar un vehículo entre los pilares de un monumento en Londres, pues mala suerte. Al final llegamos a unos acuerdos que permitieron que todos sintiéramos que habíamos alcanzado un equilibrio satisfactorio entre la exactitud de las ciudades y la comodidad del juego".

Los coches y el sonido recibieron también gran atención: "Alquilamos un Mercedes SLK de una empresa de alquiler de deportivos para poder grabar el ruido del motor, y les dijimos que lo estábamos usando para 'pasar un día por ahí'. Este 'día por ahí' era una pista de pruebas, en un circuito. Con los micrófonos instalados, accionamos el acelerador muchas veces... hasta que, de repente, ¡el motor se quemó! Los tipos del circuito fueron tan amables de ayudarnos a remolcarlo a una autovía desde la que pudiéramos llamar al servicio de asistencia en carretera. Todo fue bien hasta que la compañía de alquiler vio el informe de gestión del motor que incluía el SLK... Supieron qué había pasado. Sega gastó miles de libras para pagar un motor de repuesto.

Los objetivos de *Metropolis Street Racer* no se limitaban a fotocopiar ciudades: también incluían una progresión del modo de carrera centrada en que el jugador sacase partido de su rendimiento en cada carrera, y el uso de un reloj de tiempo real que marcaba los récords del día del



Chudley alude a la secuencia inicial de *MSR*: "No es una superproducción de Hollywood: se grabó con una carrera por Londres entre un VX220 y el Fiat Turbo de Kats, con permiso para cerrar una calle concurrida".



DISEÑO DE PISTAS

Las bandas sonoras de Richard Jacques son muy importantes en la historia reciente de Sega. Y, pese a las numerosas alabanzas recibidas antes de su trabajo en los juegos *Headhunter*, se puede decir que su sonido para *MSR* fue su creación más atípica y con carácter. "Fue seguramente el proyecto más largo en que he trabajado nunca –afirma Jacques–. Tenía que crear todo de forma muy sencilla, con algo de asistencia del programador de sonido de Bizarre: 27 pistas que precisaron cantantes, *rappers*, tres guitarristas, un bajista y una sección de metal de cuatro personas, más músicos adicionales; guiones para cuadro DJs diferentes; informes del tiempo y del tráfico; anuncios de radio reales para marcas como Tango, Rough Guide, Planet Perfecto Records, The Sports Café y muchos más; así como todas las grabaciones de coches y el diseño de sonido".

"Querían que las canciones fueran parodias y que cubrieran varios géneros, para que se adaptaran a las emisoras de radio. Desde un punto de vista lírico, debían de ser un poquito melosas además. La verdad es que fue una experiencia genial, y, aparte de todas las bandas sonoras que he producido en los últimos 12 años, creo que la mayor parte de e-mails los recibo por *MSR*. Algunos incluso conducen sus vehículos de la vida real con la banda sonora de *MSR* sonando. Imagínate...".

circuito, sin olvidar la posición del sol. Y luego estaban otras prestaciones, interesantes aunque menos innovadoras, como por ejemplo la banda sonora (ver el recuadro 'Diseñador de pistas'), que es tan parte de la experiencia *MSR* tanto como cualquier otro elemento del juego. La música estaba planeada desde el principio. Tuvimos que adecuar el juego, y la música licenciada era una opción cara por entonces. De modo que Richard [Jacques, productor de sonido de Sega Europa para *MSR*] decidió que lo mejor sería crear unos estilos y unas emisoras de radio falsas que se adaptasen a las ciudades. Era una tarea imponente, dada la enorme diferencia que había entre los estilos que teníamos que crear".

Con todo, lo más sobresaliente del curriculum del juego es el sistema Kudos, que recompensa con puntos a los que son capaces de conducir con una elegancia máxima, que abarca con cada versión de *Project Gotham Racing* más maniobras de carrera. Hoy ya no sorprende este sistema, pero en aquella época había que explicarlo. "*Gran Turismo* era nuestro verdadero competidor. Queríamos hacer algo que borrara la línea de separación entre el arcade y la simulación, en línea con lo que habíamos hecho un par de años antes con la serie *Fórmula 1*".

"Pensé en mi propia experiencia. Yo había estado corriendo con mi Toyota MR2 contra un Fiesta XR2, y me di cuenta de que una conducción elegante resultaba tan apasionante como la velocidad. Así nació Kudos. De hecho, recuerdo que pensé 'Wey hey, me voy a matar' en un momento dado, y de ahí procede al mensaje 'Wey hey' que sale en el juego cada vez que el jugador corre un riesgo. A la dirección de Sega al principio no le gustó la idea de Kudos. Pero, poco a poco, les conquistamos".

"Queríamos que el jugador fijase sus propios retos: Si se fijaba un desafío difícil, ganaría un número de Kudos mayor, pero un fracaso provocaría la pérdida de todos los Kudos ganados. El problema vino cuando se programó el modo carrera. Como no podíamos juzgar la habilidad de los jugadores, teníamos que fijar unos niveles de desbloqueo muy bajos, porque no queríamos que se quedaran atascados. El inconveniente era que los mejores jugadores iban desbloqueando el juego a un ritmo mucho más rápido del que eran capaces de jugar, con lo que se perdía la sensación de progresión".

"Habíamos creado algunas repeticiones megachulas, pero descubrimos que los coches se comportaban de modo errático"

Pese a la presión de una fecha límite pospuesta una y otra vez, *MSR* no se desmoronó ni perdió personalidad. Y en última instancia hubo una luz al final del túnel... "1999 se hizo interminable, y todo el mundo pasó a modo 'chungo' todo el tiempo. Algunos trabajaban hasta 40 horas extra a la semana. Este período duró 14 meses. Aparte del trabajo creativo, tuvimos que escribir el juego entero. Después de más de un año de sufrimiento, el juego estaba listo para probarlo, pero Sega estaba a tope en Londres. Así que cogieron un probador jefe y nos lo enviaron a Liverpool, donde formó el equipo. Resultaba muy cómodo tener al equipo de pruebas del distribuidor en casa: un lujo que la mayoría de desarrolladores no pueden permitirse".

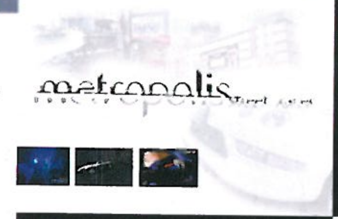
"El último disco máster del juego se grabó después de dos noches en blanco. A última hora de la tarde, enviándolo a las 9 de la mañana del día siguiente, se grabó el primer juego de discos máster. Uno de los primeros problemas importantes que encontramos estaba en el bucle de la demo. Habíamos creado algunas repeticiones megachulas para mostrar la carrera. Pero, una vez pasado al disco, descubrimos que



La primera aparición en E3 de *Metropolis Street Racer* (en 1999) resultó estar maldita, y, por desgracia, generó un montón de mala prensa. "Una cita ha quedado como un clásico: 'El coche se conduce como una cama'", recuerda Chudley.

ELEGIR UN LOGOTIPO

Durante todo el desarrollo, y esto es indicativo de la intensidad con que Bizarre afrontó el proceso, se crearon múltiples logotipos y portadas para el juego (aquí hay algunos ejemplos, sólo algunos). Los esbozos estilo graffiti (justo debajo) parecen los menos apropiados, mientras que el abstracto estilo tarjeta (abajo, el segundo por la izquierda) resulta el más fascinante. Dos más a la derecha está una captura de la interfaz durante las fases preliminares, cuando el juego se conocía como *Metropolis*.

























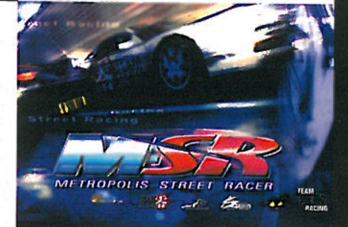






















los coches se comportaban de modo errático, chocando entre sí de modo aleatorio. Algunos agotadores retoques por parte de Walter [Lynsdale, director técnico] lo resolvieron". El siguiente juego de discos volvió con un problema grave a las 4 de la madrugada: ¡no había música en la parte inicial! Uno de los codificadores había decidido que no le gustaba, y la había deshabilitado. La cuestión es que hizo esto en la sección



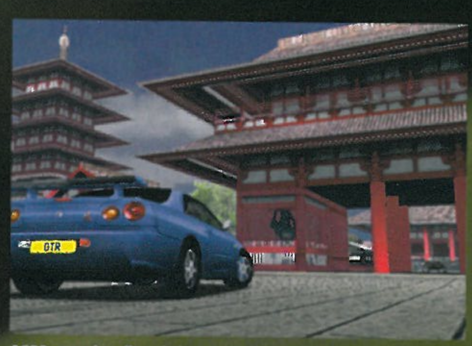
Si la matrícula personalizada no podía albergar tu palabrota favorita, *MSR* te permitía editar los mensajes que aparecían en pantalla.

definitiva del código. La tercera vez, por suerte, fue cuando todo salió bien, con discos grabados a las 5 de la mañana, y probados a las 6 en medio de una tormenta".

Casi como una comedia de enredo. A las 6 de la mañana, tras pasar despierto 48 horas, Chudley cogió el avión a Creta para casarse, después de conducir bajo el aguacero con un productor del juego persiguiéndole. Al final hubo final feliz. No se puede decir lo mismo del juego. "Al final apareció en noviembre de 2000, justo para las últimas navidades de la Dreamcast y vendió 120.000 unidades. Las ventas tan flojas se debieron a una confluencia de razones: la desaparición de la Dreamcast, los fallos que quedaban en el juego, y su comercialización, tardía y no muy buena: algunos no entendieron que no era un título de carreras tradicional (la publicidad en Estados Unidos hizo poca o ninguna referencia a los Kudos).

Preguntamos a Sega sobre la posibilidad de adaptar el juego para la PS2, pero no quisieron. La verdad es que esto nos dejó sin más opciones. Habíamos gastado alrededor de un millón de libras del dinero de Bizarre y no lo recuperamos nunca".

Pero muchos de esos 120.000 jugones siguen teniendo a *MSR* en tan alta estima. Fue una producción especial para una consola irremplazable, una plataforma con juegos que significaban mucho para muy pocos. No es que ese elogio pueda limitarse a Bizarre Creations: "En aquella época Microsoft estaba con el lanzamiento de la Xbox, y les preguntamos si estarían interesados en un juego de carreras que teníamos esbozado, pero estaban mucho más



PGR3 no suele salirse de la carretera como lo hacía *MSR*, que se abría camino a través de callejuelas, parques y monumentos.

impresionados con el juego que habíamos lanzado y, como teníamos los derechos, *Project Gotham Racing* nació de las cenizas. Un año después, y con la inclusión de Nueva York como cuarta ciudad, salió a la venta y colocó más de dos millones de unidades. Finalmente, ¡sí fuimos el juego de lanzamiento de una consola nueva!".

Creadores

Como el DNI de los desarrolladores

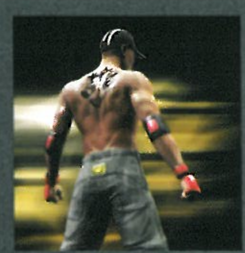
■ **COMPAÑÍA:** Digital Legends Entertainment

■ **FUNDADA EN:** Mayo 2001

■ **NÚMERO DE EMPLEADOS:** 30

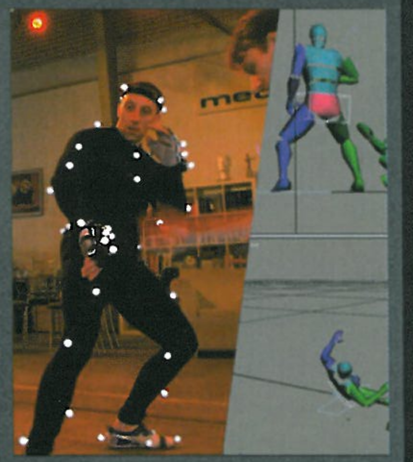
■ **EQUIPO DIRECTIVO:** Xavier Carrillo Costa, director general. Ángel Cuñado Pérez, director de tecnología.

■ **URL:** www.digital-legends.com





One Who's Next es el nombre provisional del nuevo título para N-Gage que DLE está desarrollando en estos momentos.







■ **LOCALIZACIÓN:**
Aribau 112, 5-1, 08036
Barcelona

■ **PROYECTOS EN CURSO:**
Soccer Fury, (PC)
One Who's Next, para Nokia, (Móviles Next-Gen)

■ **TODO SOBRE EL ESTUDIO**

En mayo de 2001, Xavier Carrillo, Ángel Cuñado (anteriores responsables del desarrollo de *Blade, The Edge of Darkness)* y Jean Philippe Raynaud, fundan Digital Legends Entertainment. Actualmente, el estudio cuenta con dos equipos de desarrollo, el primero está centrado en juegos 3D para Nokia y el segundo en juegos PC y Next-Gen. Las posiciones *seniors* están cubiertas por veteranos de la industria con experiencia en varios juegos AAA procedentes de empresas referentes en el sector como Sony, Codemasters, Electronic Arts, Wide Games, Pyro Studios, Acclaim, Disney, Fox, Activision y Lionhead. Dice la empresa: "En el grupo de I+D contamos con doctorandos e ingenieros superiores de varias universidades españolas. En abril del 2004 firmamos un contrato para Nokia en calidad de desarrollador *first party* del juego *One* para su plataforma N-Gage. *One* es incluido en la lista de los más esperados para el 2005 por Gamespot y ha recibido diversos premios". *One* ha recibido el reconocimiento como uno de los mejores títulos para N-Gage. Permite la personalización de los personajes y participar en un ranking a través del N-Gage Arena. Digital Legends Entertainment consolida su posición como desarrollador privilegiado para Nokia con el desarrollo de otro juego de la serie *One*, cuyo nombre provisional es *One Who's Next* para sus móviles de la siguiente generación. Se trata de un juego de lucha. A principio del 2006, Digital Legends Entertainment firma un contrato de desarrollo de *Soccer Fury*, un juego de fútbol PC multijugador de la mano de NCsoft, líder mundial de juegos online que se presenta oficialmente en el E3 2006. *Soccer Fury* se ha concebido como un juego de acción arcade que combina las habilidades del fútbol callejero con partidas bestiales. Sin reglas, los jugadores podrán utilizar en el terreno de juego ataques especiales y tácticas demoledoras para derribar al rival. Tendrá multijugador en red (los jugadores podrán formar equipos y competir en ligas y torneos) y ofrecerá diversos escenarios urbanos, animaciones capturadas de jugadores reales y jugadores y equipos personalizados.







One ha sido reconocido como un título de lucha excelente para N-Gage.



Canal Ocio ahora también en Televisión
canal ocio
cine y videojuegos
Busca la cadena
VEO
en tu TDT
cine y videojuegos
Y para celebrarlo Sorteamos
FIFA 07
para PS2
Envía FIFA al 7227
(Coste del SMS 0,90 euros + IVA)
FIFA 07
Ya puedes ver el nuevo programa de televisión de Canal Ocio dedicado al Cine en DVD y los Videojuegos. Sintonízalo en tu casa, de lunes a viernes a las 20:45 en VEO tv, una de las nuevas cadenas TDT (Televisión Digital Terrestre) ¿aún no tienes TDT en casa, a qué esperas? disfruta de hasta 20 canales desde hoy mismo!
Además, si no puedes ver el programa en televisión, podrás disfrutar igualmente de él diariamente viéndolo o descargándolo desde canalocio.es
entra ahora!

Middleware con futuro

El futuro del *middleware* no está en la tecnología fardona ni a gran escala: los entornos de desarrollo ágiles están sacudiendo las bases


Chris Satchell, responsable del Grupo de Desarrollo de Videojuegos de Microsoft.

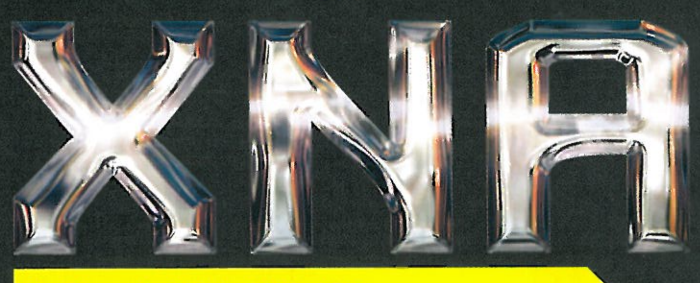
Los comunicados de prensa que han emitido en los últimos cinco años las compañías de herramientas para juegos incidían en que el producto era mejor, más rápido o más barato. A fin de cuentas, los desarrolladores compraban ese *middleware* para mejorar la eficiencia de la producción de juegos. Sin embargo, la llegada de consolas como PlayStation 3 o Xbox 360 ha acabado con esas tres palabras mágicas. Ahora es más bien cuestión de todo o nada. Invertir en tecnología que aporte pequeñas mejoras al mismo proceso de desarrollo de siempre ya no es suficiente para muchos.

Las compañías "mejor, más rápido y más barato" seguirán funcionando, y puede que alguna incluso prospere. Si puedes demostrar que es rentable la inversión en una herramienta de mejores texturas, o que tienes el motor más veloz, siempre encontrarás compradores. Pero el despegue tan rápido de las tecnologías de creación de juegos tan caras (y potencialmente revolucionarias) como el Unreal Engine 3 de Epic ha demostrado que el gran negocio se encuentra hoy en el *middleware* que proporciona un entorno de desarrollo independiente.

Lo irónico sobre los motores como el Unreal (o el RenderWare de Criterion antes que él), sin embargo, es que, una vez los desarrolladores ponen sus manos sobre la tecnología, suelen dedicar años de trabajo a descomponer y reescribir componentes, o aderezar con su propia salsa la tecnología que han comprado.



El gran negocio se encuentra hoy en el *middleware* que proporciona un entorno de desarrollo independiente



Por esa razón, compañías proveedoras como Microsoft, Freescale y Emergent Game Technologies están intentando dirigirse al mercado con un enfoque más integral: vender *frameworks* de desarrollo de bajo nivel.

Más que como soluciones monolíticas, estas tecnologías son más bien esqueletos básicos que garantizan que un juego se construya de modo lógico y eficiente, que permiten elegir los componentes que se desean usar, con motores físicos y de conectividad.

"El proceso de desarrollar juegos es cada vez más complejo, y, como consecuencia, los desarrolladores recurren a un arsenal creciente de *middleware* y herramientas desarrolladas internamente –explica Chris Satchell, responsable del Grupo de Desarrollo de Juegos de Microsoft, que está supervisando el proyecto de entorno de

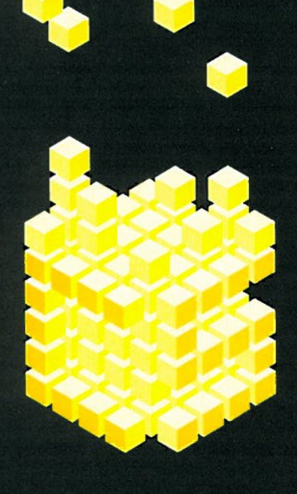
Confluencia de Xbox 360 y Vista

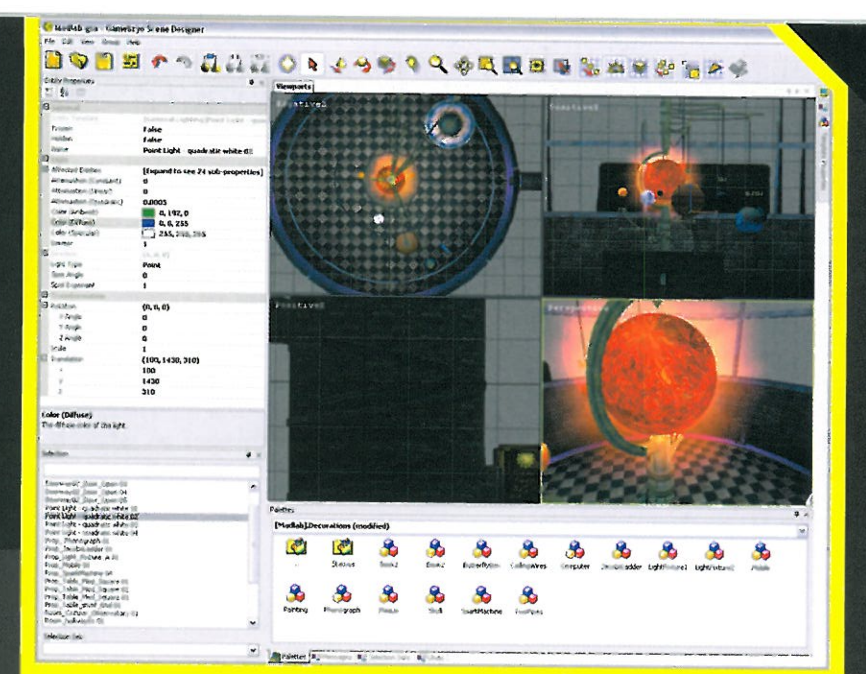
XNA es el esfuerzo de Microsoft por lograr que los desarrolladores trabajen a la vez para Windows y Xbox 360. Lo consigue mediante un conjunto unificado de bibliotecas orientadas a juegos que permiten una reutilización máxima de código y recursos previos a través de ambas plataformas. Basado en el PC.NET Framework 2.0 de Microsoft, utiliza una versión personalizada para Xbox 360 de la máquina virtual de la compañía, el Common Language Runtime, para eliminar las diferencias entre las plataformas, además de contar con un lenguaje común de programación, el C# de Microsoft.

"El C# ya se utiliza en muchos estudios de juegos para sus herramientas internas, además de en juegos para Windows, pero hasta el XNA Framework no existía la opción de hacer lo mismo sobre la Xbox 360", reconoce Satchell entre las ventajas que aprecia en cuanto a productividad.

Aunque se encuentra todavía en una fase preliminar de desarrollo, Satchell afirma estar encantado con sus progresos. "Con el XNA Framework ya tenemos a gente que está haciendo demos increíbles de juegos, compartiendo el 99 por ciento del mismo código en las dos plataformas", revela.

"La demo de *Culture* que mostramos en la Game Developers Conference fue desarrollada a partir de cero en tres semanas por un desarrollador en C++ que nunca había escrito una sola línea de C#, lo que es asombroso si se tiene en cuenta que se trataba de una versión alfa preliminar del XNA Framework, y no tenía nada de documentación".





Los elementos del cambio

El más interesante de los nuevos enfoques de *framework* es el que ofrece Emergent Game Technologies. Formada a partir de la fusión de la compañía de tecnología *online* Butterfly.net y la compañía de motores NDL, esta revitalizada empresa brinda un surtido de componentes diversos para el desarrollo de juegos, que están a la venta como productos sueltos o como un conjunto integrado.

"El truco consiste en que el *framework* no te limite –afirma Mellon–. Tiene que ser flexible y ampliable, y adaptarse a las necesidades del cliente. Por eso nuestro *framework* es modular: conectas las partes que necesitas, desconectas las que no".

A diferencia de las propuestas de Microsoft y de Freescale, que básicamente son entornos de programación de bajo nivel, el *framework* Elements, de Emergent, abarca componentes de más alto nivel como el motor de juegos Gamebryo Element, el componente de prueba y construcción automáticas Automation Element, y el bloque de recogida de datos y análisis Metrics Element. La empresa está trabajando en tecnología para servidores para juegos *online* multijugador masivos y también en el servicio de gestión y *hosting* de juegos *online*. Y también ha firmado acuerdos de distribución e integración con otros cuatro pequeños proveedores de *middleware* para ofrecer a sus clientes tecnologías de interfaz de usuario adicional, de texturado procedural y de conectividad, todo ello bajo el paraguas Emergent.

Parece una mezcolanza extraña, pero Mellon argumenta que tienen mucho en común: "La pregunta debería ser: '¿Cómo podrían no funcionar estos componentes de manera conjunta como un bloque integrado?'. Pensamos que los desarrolladores necesitan concentrarse en el proceso del desarrollo en sí, y eso se extiende, más allá de los gráficos, a terrenos relativamente nuevos como el análisis y la automatización. Cuando estas piezas funcionan juntas, el resultado será un avance en la experiencia de juego".



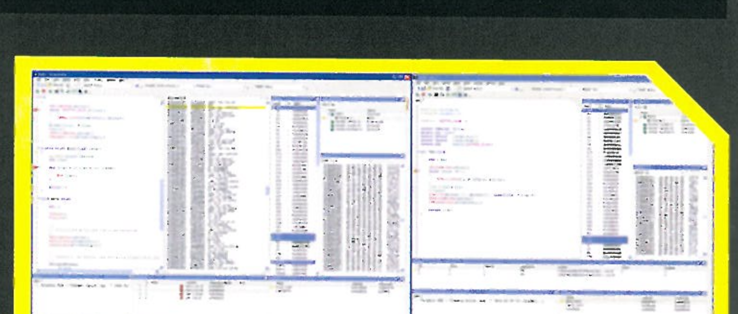
Para llenar el vacío entre el *middleware* a la antigua usanza y el nuevo está el motor Gamebryo (arriba), de Emergent, que es al tiempo un componente de su *framework* Elements, viene con su propio editor de escenas y sus *plug-ins* de creación artística. Una parte del *framework* Elements es el Metrics Element (abajo), que permite a los desarrolladores recoger y analizar datos.

trabajo XNA, entre otras herramientas XNA–. Las soluciones que no brinden la flexibilidad de incorporar ese *middleware* y esas herramientas extra no son en absoluto soluciones", añade.

Una percepción similar expresa Larry Mellon, vicepresidente de ingeniería de Emergent Game Technologies: "Nuestra industria se ve obligada a desarrollar procesos escalables –observa–. Los estudios más creativos y de mayor éxito son aquellos que no tienen barreras entre los diferentes equipos. El *framework* adecuado es el que derriba esos muros, uniendo equipos dispares".

Roger Edgar, director en Freescale de la Game Technology Organization, destaca la utilización de *frameworks* como el Radix Studio, de Freescale, para reutilizar tecnología: "Una vez se comercializa un título, los estudios tiran a la basura las herramientas que han creado ellos mismos y vuelven a empezar –sostiene–. Nosotros les ofrecemos la manera de preservar la inversión que han realizado para que ensamblen esas herramientas en una arquitectura que resulte fácil de entender".

Aunque no es probable que copen nunca los titulares, el auge de los *frameworks* es otro ejemplo más de que los productos de entretenimiento se están convirtiendo en un negocio mucho más serio.



Uno de los componentes más importantes de CodeWarrior Radix Studio, de FreeScale, es su corrector de fallos (sobre estas líneas, en su disposición para dos monitores), con varios menús abiertos como el editor de código, y ventanas que muestran información de registro, desensamblado y conexión.

CodeWarrior, en vanguardia

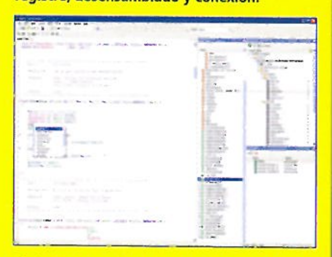
Quizá el *framework* más abierto de los tres es CodeWarrior Radix Studio, de Freescale. Según Edgar, es tan flexible que incluso puedes conectarlo a otros *frameworks*.

"Hemos realizado un proceso de integración con Collada (el sistema de intercambio de activos digitales inspirado por Sony) para que puedas integrarlo en Radix y trabajes en un proceso de polinización cruzada –comenta–. Los grafistas interesados en Collada no van a trabajar con la misma herramienta como un experto en C++, pero sí en el mismo entorno". Y es esta capacidad de combinar herramientas artísticas como Maya con otras de programación como SlickEdit, junto a otros valores como Collada, lo que Edgar cree que se convertirá en el valor comercial decisivo de Radix.

Aunque lo verdaderamente sorprendente de Radix es que, en sí misma, no es una tecnología demasiado inteligente. "Es francamente tonta –dice Edgar–. En realidad no sabé qué contiene, pero hace cumplir esas rigurosas reglas de Queensberry de manera que ninguno de los paquetes que funcionan dentro de ella choquen entre sí. La operatividad del sistema entero se guía por los paquetes que hay en su interior".

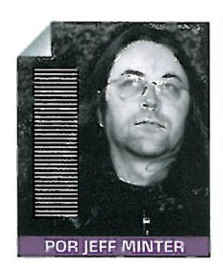
CodeWarrior Radix Studio forma parte del entorno de desarrollo oficial para la consola Wii de Nintendo. Funciona con Windows y ofrece un sistema de proyectos basado en XML, funciones de edición, corrección de errores y navegación del código, *plug-ins* intercambiables en caliente y, en el caso de la Wii, un compilador de PowerPC. También es importante su flujo de trabajo sincronizable con el guión, que permite al desarrollador integrar sus propias herramientas a través del SDK incluido.

No obstante, con el tiempo estará disponible CodeWarrior Radix Studio para PlayStation 3, y teniendo en cuenta la experiencia de Freescale con los dispositivos de bolsillo, no sería demasiado sorprendente que también existieran versiones de Radix para DS, PSP y sus sucesoras. Después de todo, como Edgar se encarga de destacar, uno de los motores decisivos de la eficiencia del desarrollador es mantener la consistencia entre plataformas.



Al demostrar componentes como el editor, el navegador de código, el espacio de trabajo y la estructura de ficheros, Radix proporciona un entorno de trabajo sólido en el cual pueden integrarse un amplio surtido de tareas y paquetes de desarrollo adicionales.

www.microsoft.com/xna
www.freescale.com
www.emergent.net


POR JEFF MINTER

EL PROGRESO DE YAK Notas desde el taller del diseñador de juegos

EL RETORNO DE LA PORTÁTIL

Acabo de soltar la PSP. La pobre ha acumulado polvo durante tanto tiempo que supone un verdadero placer volver a utilizarla. Su último gran momento fue *Me and My Katamari*, y luego fugazmente con *OutRun 2*. Pero estoy totalmente condicionado por los títulos, porque, después de eso volvió a quedar a la sombra... hasta que alguien me mencionó que había salido *LocoRoco*, y que era fascinante.

¡Así que he sacado la PSP! La tengo junto a mí, en el escritorio, cargándose. *LocoRoco* es un juego adorable de verdad, con una gran dosis del feliz y soleado encanto de *Katamari* (gracias al cielo que llega algo para llenar el hueco que dejó *Katamari;* admito que quedé de lo más entristecido por la noticia de que Namco no haría más juegos *Katamari*, pues ha desviado sus atenciones a *Pac-Man Karting* y a las versiones de ***Galaxians*** para móviles). LocoRoco hereda de *Katamari* la mecánica de rodar para hacerse más grande y la música loca y alegre; también recibe influencias de los juegos de plataforma, con una pizca de *Lemmings* e incluso un apunte (para aquellos que tienen recuerdos lejanos) del excelente, sencillo y estrafalario *Boogaboo La Pulga*.

> "Es magnífico comprobar que LocoRoco no sólo utiliza 2D, sino que demuestra que no hay por qué limitarse a recorrer viñetas y sprites"

Supone una muestra perfecta de videojuego para portátil: niveles que se juegan en unos pocos minutos, perfectos para tomarse un descanso de vez en cuando. Es fácil pasarse los niveles, pero también supone un desafío volver a recorrerlos para subir las estadísticas, recoger más cosas y mejorar los tiempos. Sin embargo, alguien del equipo de diseño de PSP necesita asesorar a los de Moja: ¿qué genio tuvo la gran idea de colocar el conmutador de "Power/Hold" justo donde cojes la consola con la mano? Al principio pensé que *LocoRoco* era un rollo porque, cada pocos niveles, los controles dejaban de responder y tenía que apagar y volver a encender la PSP... hasta que alguien me dijo lo que estaba pasando en realidad: durante el juego, uno tiende a girar un poco la PSP (ya sé que es estúpido, pero lo hago) para mover al personaje, y es fácil darle accidentalmente al conmutador que activa el modo "Hold". ¿De verdad?

También he tenido problemas en otros juegos. En *Gottleib Pinball* dejo en 'Hold' la máquina porque durante un toque difícil acciono sin querer este maldito modo. Ya lo sé: quizá debería cambiar la forma de usar la PSP para no tropezar con el conmutador, pero ¿habría resultado muy difícil ponerlo en la parte superior, donde no estuviera en contacto con la carne trémula?

Está bien que Sony lance un juego 2D original: durante siglos, Sony tuvo la reputación de ser un poco anti-2D en general, lo cual en realidad es un poco absurdo; como diseñador de juegos creo que es estúpido suponer que, simplemente porque se pueden hacer buenos 3D todo tiene que estar en 3D, cuando lo más indicado es que el diseñador escoja lo que viene mejor para su diseño, no que lo dicte la tecnología que está disponible. El 90 por ciento nunca abandonó los 2D, y es magnífico comprobar que *LocoRoco* no sólo usa 2D sino que, además, demuestra que no hay por qué limitarse a recorrer viñetas y sprites predibujados. Tanto el mundo como los personajes están bien modelados: todo está vectorizado para que resulte fácil de escalar y de girar, y los objetos están realizados con un modelado que les permite estirarse, abollarse y deformarse de una manera interesante y enrollada.

En verano juego sobre todo a la portátil, porque no es cuestión de pasar largas noches frente a una consola de sobremesa. Y, por desgracia, algo que consume bastante tiempo de los videojuegos es hacer uno mismo uno: horas y horas frente al PC luchando con el código e innovar en vez de fusilar *Oblivion* y títulos por el estilo. Así que estoy en modo "mucho curro", y sólo tengo unos minutos de DS (y ahora de PSP) entre compilación y compilación. Estoy dándole a *New Super Mario*, a *LocoRoco* y, por supuesto, a *Animal Crossing* en la DS (con la que juego casi cada día desde las últimas navidades: salí de un bar para ver los fuegos artificiales de Nochevieja y los ví a través de mi ciudad *AC* de la DS). Ya sé que *AC* no será del gusto de todo el mundo (en ciertos aspectos ni siquiera es un juego), pero no se me ocurre ningún otro juego al que haya jugado tanto tiempo, y tan regularmente, así que algo deben estar haciendo bien.

Con todo, ya estamos en la parte final del verano y las noches se van alargando; espero que en breve vuelvan los juegos de consola a casa de Yakkie con el lanzamiento de *Dead Rising*, y el plácido ambiente de los videojuegos con su feliz, soleado y veraniego cielo azul sucumba a la vuelta de las largas sesiones apaleando zombies y cosas así. Quizá también haya algún lanzamiento nuevo de XBox Live Arcade, y tal vez algún título que realmente me interese adquirir.

Sin embargo, ahora mismo, lo que de verdad necesito es traer un toro y una oveja a mi ciudad en *AC*, y terminar todos los niveles del mundo uno en *LocoRoco*, para lo que me quedan 20 personajes. Y puedo ver que hay un mundo con un cielo azul ahí fuera, y que el sol está poniendo morena mi PSP mientras se recarga en el escritorio, y que el césped del jardín se está secando. Es la hora de un poco de vida real con *Hover Bovver*, lo admito. En cuanto suelte otra vez la PSP.

Jeff "Yak" Minter es fundador de Llamasoft, cuyo proyecto más reciente fue el sintetizador integrado en la Xbox 360.



Illustration: tstokes

PSP PlayStation Portable

SERVICIO DE VENTA POR CORREO: 967 193 158

SERVICIO A DOMICILIO (NORMAL: 3€ URGENTE: 6€)



especialistas en video juegos
WWW.GAMESHOP.ES

ENVIO A DOMICILIO · SEGUNDA MANO · JUEGOS EN RED

A CORUÑA
c/Villa de Negreira, 21 - 15010 A CORUÑA ☎ 981 914 586 EMAIL: acoruna@gameshop.es

ALBACETE
c/Pérez Galdós, 36 - 02003 ALBACETE ☎ 967 50 72 69 EMAIL: albacete@gameshop.es
c/Nueva, 47 - 02002 ALBACETE ☎ 967 61 03 08 / 967 19 31 58 EMAIL: comercial@gameshop.es
c/Melchor de Macanaz, 36 - 02400 HELLÍN ☎ 967 17 61 62 EMAIL: hellin@gameshop.es
c/Corredera, 50 - 02640 ALMANSA ☎ 967 34 04 20

ALICANTE
c/Pintor Velazquez, 23 Bis - 03004 ALICANTE ☎ 96 520 30 03 EMAIL: alicante@gameshop.es
c/Historiador Vicente Ramos - C.C. TORRE GOLF & NEGOCIOS 03540 PLAYA DE SAN JUAN EMAIL: sanjuan@gameshop.es

ALMERÍA
c/Iglesia, 36 - 04700 EL EJIDO ☎ 950 48 15 32 EMAIL: elejido@gameshop.es

ASTURIAS
c/La Cámara, 61 - 33401 AVILES ☎ 984 052 997 EMAIL: aviles@gameshop.es

BALEARES
¡¡PRÓXIMA APERTURA!! c/Abad y La Sierra, 52 BAJO - 07800 IBIZA EMAIL: ibiza@gameshop.es

BARCELONA
Avda. 11 de Septiembre, 31 - 08208 SABADELL ☎ 93 717 56 84 EMAIL: sabadell@gameshop.es
c/Santiago Rusiñol, 31 - 08870 SITGES ☎ 93 894 20 01
¡¡PRÓXIMA APERTURA!! Rambla Francesc Maciá, 65 -Local 4 - esquina c/Tarragona 08226 TERRASSA EMAIL: terrassa@gameshop.es
Boulevard Diana, Escolapis, 12 -Rambla Principal - 08800 VILANOVA I LA GELTRU ☎ 93 814 38 99 EMAIL: vilanova@gameshop.es

CÁCERES
c/San Valentina Mirón, 25 - 10600 PLASENCIA ☎ 927 42 39 58 EMAIL: plasencia@gameshop.es

CÁDIZ
c/Benjumeda, 18 - 11003 CÁDIZ ☎ 956 22 04 00 EMAIL: cadiz@gameshop.es
Avda. Almirante Leon Herrero, S/N C.C. S. FERNANDO PLAZA - 11100 SAN FERNANDO ☎ 956 59 16 68 EMAIL: sanfernando@gameshop.es

CANTABRIA
c/Hermandad Donantes de Sangre, 2 - 39600 MALIAÑO - MURIEDAS ☎ 942 26 15 94 EMAIL: santander@gameshop.es
c/José María Pereda, 10 - 39300 TORRELAVEGA ☎ 942 08 71 82 EMAIL: torrelavega@gameshop.es

GIRONA
c/Contoliu, 59 - 17300 BLANES ☎ 972 35 37 43 EMAIL: blanes@gameshop.es

GRANADA
c/Arabial frente Hipercor - 18004 GRANADA ☎ 958 80 41 28 EMAIL: granada@gameshop.es

GUIPUZCOA
c/Araba Etorbidea, 2 - 20400 TOLOSA ☎ 943 57 69 82 EMAIL: tolosa@gameshop.es

JAEN
c/Paseo de Linarejos, 1 - 23700 LINARES ☎ 953 65 74 00 EMAIL: linares@gameshop.es

LAS PALMAS
c/Tagoror, 2 - L-2 - 35500 - ARRECIFE (LANZAROTE) ☎ 928 803 863 EMAIL: lanzarote@gameshop.es
c/Juan de Bethencourt, S/N C.C. AULAGA L-18 35600 PUERTO DEL ROSARIO (FUERTEVENTURA) ☎ 928 546 122 EMAIL: fuerteventura@gameshop.es

MADRID
¡¡PRÓXIMA APERTURA!! c/Paseo del Deleite S/N - C.C. EL DELEITE 28300 ARANJUEZ EMAIL: aranjuez@gameshop.es

MÁLAGA
c/Camino San Rafael, 14 - L-2 - 29006 MALAGA ☎ 952 31 95 89 EMAIL: malaga@gameshop.es

MURCIA
Avda. de Granada, 15 - 30500 MOLINA DE SEGURA ☎ 968 64 52 72 EMAIL: molina@gameshop.es
c/Maestro Mora, 20 - 30510 YECLA ☎ 968 71 84 17 EMAIL: yecla@gameshop.es
Avda. de La Constitución, 79 - 30870 MAZARRÓN ☎ 968 59 28 30
Avda. La Costa Cálida, 57 - 30860 PTO. MAZARRÓN ☎ 968 15 40 05 EMAIL: mazarron@gameshop.es

OURENSE
c/Paseo, 30 Galerias Viacambre - L-A 32003 OURENSE ☎ 988 22 42 33 EMAIL: ourense@gameshop.es

TARRAGONA
c/Mare Molas, 25 - 43202 REUS ☎ 977 33 83 42

TENERIFE
c/Mónaco, 8 - Edificio Marte - 38650 LOS CRISTIANOS ARONA (TENERIFE) ☎ 922 75 30 52 EMAIL: tenerife@gameshop.es

TOLEDO
c/Cervantes, 4 - 45600 TALAVERA DE LA REINA ☎ 925 81 66 94 EMAIL: talavera@gameshop.es

VALENCIA
c/Antonia Maria de Oviedo, 12 Bajo -frente Biblioteca Municipal 46970 ALAQUAS ☎ 96 109 75 75 EMAIL: alaquas@gameshop.es
c/Menorca, 19 C.C. AQUA Local S-05 VALENCIA ☎ 96 330 72 98 EMAIL: valencia@gameshop.es

VALLADOLID
c/Enrique IV, 4 - perpendicular a Teresa Gil 47002 VALLADOLID ☎ 983 21 14 48 EMAIL: valladolid@gameshop.es

VIZCAYA
c/General Eraso, 8 - 48014 DEUSTO - BILBAO ☎ 94 447 87 75 EMAIL: bilbao@gameshop.es

PSP



Pack	Contenido	Precio
PSP BASE PACK	SONY PSP + BATTERY PACK + AC ADAPTOR	199.95€
PSP VALUE PACK +JUEGO SONY	SONY PSP + MEMORY STICK 32Mb + BATTERY PACK + HEADPHONES + AC ADAPTOR + BOLSA Y CORREA +MEMORY STICK 2Gb	299.95€
PSP VALUE PACK +JUEGO SONY	SONY PSP + MEMORY STICK 32Mb + BATTERY PACK + HEADPHONES + AC ADAPTOR + BOLSA Y CORREA	249.95€
PSP VALUE PACK +FORMULA 1 06		249.95€
PSP BASE PACK +TEKKEN DARK R.		229.95€
PSP BASE PACK +FIFA 06		CONSULTAR

CONSULTAR TÍTULOS DISPONIBLES





Juego	Precio
B-BOY	46.95€
EL PADRINO (HAZ TU RESERVA)	46.95€
F1 2006	46.95€
FIFA 06	29.95€
FIFA 07 (HAZ TU RESERVA)	46.95€
GITAROO MAN	46.95€
GANGS OF LONDON	46.95€
GRADIUS COLLECT.	37.95€
GTA VICE CITY S. (HAZ TU RESERVA)	51.95€
GUN	46.95€
H.POTTER CALIZ	29.95€
LEGO STAR WARS 2	37.95€
MEDIEVIL RES.	24.95€
METAL GEAR GN	19.95€
MOTO GP (HAZ TU RESERVA)	CONS.
NBA LIVE 07	46.95€
PASSPORT TO...	29.95€
PES 6 (HAZ TU RESERVA)	46.95€
POWER STONE	42.95€
RIDGE RACER 2 (HAZ TU RESERVA)	CONS.
SIMS 2 MASCOTAS	CONS.
SYPHON FILTER	46.95€
TEKKEN RESURRE. (HAZ TU RESERVA)	46.95€
TIGER WOODS 07	46.95€
U.GHOST'N GOBLINS	42.95€
VIRTUA TENNIS	29.95€
YS ARK OF NAPISHTIM	37.95€








NINTENDO DS



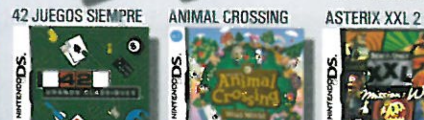


Consola	Precio
NINTENDO DS LITE (BLANCA/NEGRA)	149.95€
NINTENDO DS (TRES COLORES)	129.95€
NDS ROSA + NINTENDOGS	149.95€
NDS AZUL + NINTENDOGS	149.95€
GAMEBOY MICRO	99.00€






Juego	Precio
42 JUEGOS SIEMPRE	29.95€
ANIMAL CROSSING	39.95€
ASTERIX XXL 2	37.95€
BIG BRAIN ACADEMY	29.95€
BRAIN TRAINING	29.95€
CRASH BOOM BANG (HAZ TU RESERVA)	37.95€
CRAZY FROG RACER	29.95€
DIG DUG DIGGING ST.	37.95€
ELECTROPLANKTON	39.95€
FIFA 07 (HAZ TU RESERVA)	42.95€
GARFIELD 2	37.95€
HARVEST MOON DS (HAZ TU RESERVA)	39.95€
SPYRO NUEVO COM.	37.95€
LEGO STAR WARS 2	37.95€
MICROMACHINES V4	37.95€
NAVEGADOR INTERNET (HAZ TU RESERVA)	39.95€
NINTENDOGS DALMATA	39.95€
NEW SUPER MARIO B.	39.95€
PES 6 (HAZ TU RESERVA)	37.95€
PIRATAS DEL CARIBE 2	46.95€
SIMS 2 MASCOTAS (HAZ TU RESERVA)	42.95€
SUPERMAN RETURNS	42.95€
REBELSTAR TACTICAL	19.95€
SHIN CHAN SHOCK (HAZ TU RESERVA)	37.95€

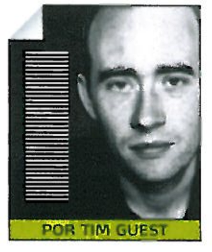










POR TIM GUEST

LA COLUMNA DE GUEST Postales desde el universo *online*

CONEXIONES CONECTADAS

Cerca de casa hay una pintada: "Escribe aquí tu nombre MySpace". En los últimos meses la lista de nombres se ha extendido a más de 30. Puede que esto te parezca intrascendente, pero el hecho de que no te sorprenda resulta trascendente en sí mismo. Indica cómo nos hemos acostumbrado a los espacios virtuales, y cómo interactúan con el mundo real. Puedes empezar en Google Earth, mirar tu monitor —o incluso las pantallas del móvil— y verte a ti mismo. Si hago caso del buzón de entrada de e-mail, encontrar una cheerleader cachonda (antes era tan difícil...) me cuesta un click de ratón. Los mundos virtuales no son otros universos; son continentes inexplorados, extensiones (como el pasado y el presente) del ahora, y estamos solamente empezando a descubrirlos. Ahora, como Roger Rabit, los mundos virtuales han comenzado a surgir también en nuestros espacios reales.

> Según mi buzón de entrada, encontrar una cheerleader cachonda (antes era tan difícil...) me cuesta un click de ratón

El mes pasado American Apparel, una marca estadounidense de ropa que factura 70 millones de euros, se pasó a *Second Life*. La sucursal virtual tiene el mismo aspecto que una del mundo real. Cuando la visité, resonaba música pop en una tienda vacía. El suelo de parqué de madera estaba recubierto de torres de camisetas. Las alusiones sexuales de la marca se habían vertido también al mundo virtual: en la pared había fotos de Beautiful Agony, vídeos de rostros de personas reales cuando alcanzan el orgasmo. Por primera vez, sin embargo, la presencia corporativa en los mundos virtuales comporta consecuencias en el mundo real: las camisetas virtuales cuestan un dólar, pero —durante un período limitado— cada compra virtual te proporciona un vale de descuento de 15 dólares para gastar en cualquier tienda *American Apparel* real.

Yo ya he asistido a una fiesta en *Second Life* al mismo tiempo que se celebraba un evento similar en el mundo real. En la pared del club virtual había un vídeo que mostraba la celebración del mundo real; en la pared del club del mundo real, un proyector mostraba la fiesta virtual. Cada mundo veía qué sucedía en el otro.

El año pasado Sony realizó un concurso para encontrar una fuente de inspiración en el mundo real para la reina de *EverQuest II*, Firiona Vie. Lo que es nuevo son las formas como los mundos virtuales están dando forma al real. Ya tenemos juegos 'de realidad alterna', como *PerplexCity*, que combina correos electrónicos, sitios web y escenarios del mundo real para ofrecer una experiencia virtual del mundo real. Entornos de parque temático como MagiQuest en Myrtle Beach (Carolina del Sur, EEUU) utilizan una mezcla de RFID e infrarrojos para crear un entorno que funciona como un juego; apunta tu varita mágica hacia cosas reales y vienen a la vida; puedes otorgar virtudes virtuales a cosas reales.

En 1991, John Ellenby y su hijo Thomas estaban navegando de noche frente a la costa de México... y se perdieron. Decidieron que necesitaban una brújula, un dispositivo GPS y unos prismáticos, todo junto; podrían apuntar hacia cualquier referencia en tierra, y les diría lo que podían ver. Quince años después, su empresa GeoVector ha lanzado una versión de su sueño. Apunta un sistema GPS móvil a un edificio en Tokio, y sabrás cuál es. Pregúntale a tu móvil por un hotel cercano, y te llevará a él.

Ya existen máquinas que pueden utilizar pensamientos para cambiar el mundo físico. En la feria de este año de CeBIT, unos investigadores alemanes mostraron la Berlin Brain-Computer Interface, una especie de gorro de ducha dotado de electrodos que permite a las personas teclear con su mente.

Cuando podamos definir nuestras identidades *online*, parece, nos definiremos a nosotros mismos también *offline*. Como grabó una vez Wagner James Au, periodista especializado en material virtual, igual que un residente virtual personalizó poco a poco su propio yo virtual a lo largo de un año, se dio cuenta de que podía aplicar las mismas reglas a su yo físico. Se cambió elemento por elemento, hasta que quedó tan contento con su yo real como con su avatar. (En caso de que quieras seguir el mismo proceso, puedes utilizar tu personaje en *EverQuest II* para encargar una pizza del mundo real).

Estas son las primeras señales de una colisión entre nuestro mundo y el virtual, y muy pronto podría aparecer la incertidumbre sobre cuál de ellos es más importante. Pronto puede que podamos escoger entre ver a los demás como ellos quieren que les veamos, o como nosotros queramos verlos... verlos como son en el mundo físico puede resultar la opción menos reveladora de todas. (Lo cual podría no ser malo, dada la cantidad de pizzas que pueden estar tentados de comerse los jugadores de *EQII*).

El alimento de una clase social es la razón por la que millones de personas toman como referencia los mundos virtuales. El consumo, además, es una metáfora que nuestra sociedad está preparada para entender, una forma sencilla de mojar las puntas de nuestros pies en estas aguas artificiales. Nuestros nuevos espacios virtuales son, después de todo, simplemente otra manera de alimentarnos a nosotros mismos.

Tim Guest escribe un libro sobre mundos virtuales. Si tienes una historia, contacta con él en tim@timguest.net

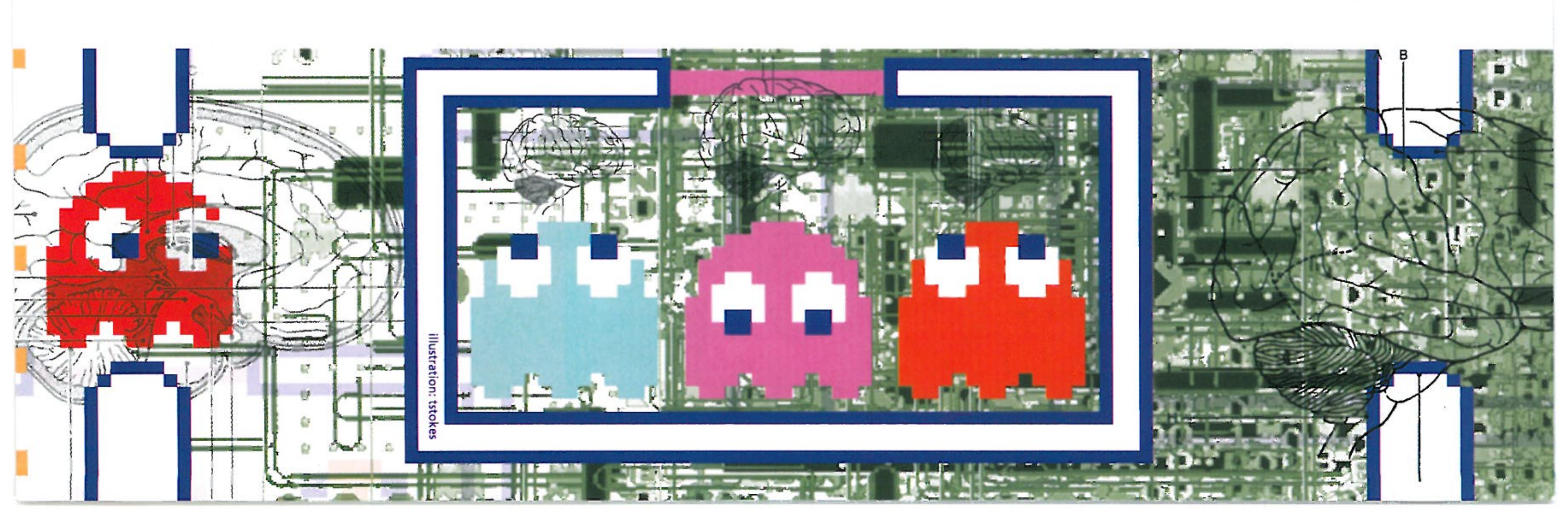


illustration: tstokes



SERVICIO DE VENTA POR CORREO:

967 193 158

SERVICIO A DOMICILIO (NORMAL: 3€ URGENTE: 6€)



especialistas en videojuegos

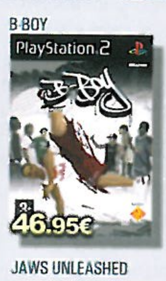
WWW.GAMESHOP.ES







PSTWO BLACK BÁSICA	PSTWO BLACK +F1 05	PSTWO BLACK +F1 06	PSTWO BLACK+FIFA 07	PSTWO BLACK +KINGDOM HEARTS 2	PSTWO SILVER BÁSICA
129.00€	139.00€	149.00€	159.00€	159.00€	139.00€






ACE COMBAT BELKAN	B-BOY	BLACK BUCANEER	DANCE FACTORY +ALFOMBRILLA	DBZ TENKAICHI 2 (HAZ TU RESERVA)	SMT DIGITAL DEVIL (HAZ TU RESERVA)	DELTA F. TEAM SABRE	DMC 3 DANTE AWAKENING	FORMULA 1 06	FIFA 07 (HAZ TU RESERVA)
46.95€	46.95€	29.95€	46.95€	56.95€	46.95€	42.95€	19.95€	56.95€	42.95€










GARFIELD 2	JAWS UNLEASHED	JUST CAUSE	KINGDOM HEARTS 2 (HAZ TU RESERVA)	LEGO STAR WARS 2	LEMMINGS	MADDEN NFL 07	MANAGER LIGA 2007	NARUTO ULT. NINJA (HAZ TU RESERVA)	NASCAR 07
37.95€	42.95€	42.95€	56.95€	37.95€	CONS.	56.95€	42.95€	46.95€	42.95€











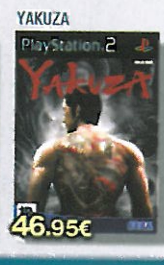
NBA LIVE 07 (HAZ TU RESERVA)	NBA 2K7	NHL 07	NHL 2K7	PES 6 (HAZ TU RESERVA)	PIRATAS DEL CARIBE 2	RESERVOIR DOGS	RULE OF ROSE	SAINT SEIYA 2 HADES (HAZ TU RESERVA)	SIMS 2 MASCOTAS
56.95€	37.95€	56.95€	37.95€	56.95€	42.95€	42.95€	42.95€	46.95€	56.95€





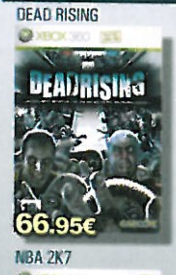




SPLINTER CELL D. AGENT (HAZ TU RESERVA)	SPYHUNTER NOWHERE	SPYRO NEW BEGGINING	STEAMBOT CHRONIC	SUIKODEN 5	SUPERMAN RETURNS	TIGER WOODS 07	VIRTUA PRO FOOTBALL	WILD ARMS 4	YAKUZA
56.95€	42.95€	37.95€	37.95€	29.95€	56.95€	56.95€	19.95€	42.95€	46.95€

XBOX 360













DEAD RISING	EL PADRINO	ENCHANTED ARMS	IMPORT TUNER CHALL.	JUST CAUSE	LEGO STAR WARS 2	MANAGER LIGA 2007	MOTO GP 06	N3 NINETY NINE NIGHTS	NBA LIVE 07 (HAZ TU RESERVA)
66.95€	66.95€	66.95€	66.95€	61.95€	56.95€	61.95€	66.95€	61.95€	66.95€

NBA 2K7	NHL 2K7	PES 6 (HAZ TU RESERVA)	SAINTS ROW	SPLINTER CELL D. AGENT (HAZ TU RESERVA)	SUPERMAN RETURNS	TEST DRIVE UNLIMITED (HAZ TU RESERVA)	TIGER WOODS 07	TABLE TENNIS	XBOX ARCADE UNPLUG
56.95€	56.95€	61.95€	66.95€	66.95€	66.95€	66.95€	66.95€	37.95€	37.95€

BIFFOVISION Desbloqueada la opción de quejas

¿DEVOLUCIÓN, SEÑOR?

POR MR BIFFO

Como jugadores, nos pueden gustar distintos tipos de juegos, y tener varias plataformas, pero todos tenemos que empezar por comprar los títulos y el hardware.

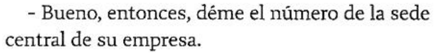
Mi recuerdo más antiguo de una tienda de juegos (bueno, técnicamente era un establecimiento que vendía lavadoras y frigoríficos, con una pequeña sección de juegos) es este: mi padre me llevó a devolver un juego para Spectrum defectuoso, pero cuando el tipo de la tienda cargó la cinta —¡oh, cruel fortuna!— funcionó perfectamente. Mi papá insistió en que el juego no funcionaba en el Spectrum en casa (aunque, para ser sinceros, no lo había comprobado, y se había fiado de mi palabra), y pidió que le devolvieran el dinero.

- No podemos, dijo el hombre de la tienda, no hacemos devoluciones.

- Déjeme hablar con su jefe, pidió mi padre.

- Yo soy el jefe.

> Lloro cuando veo a una madre desquiciada intentando cambiar un juego entre el estrépito del heavy que retumba en la tienda



- Bueno, entonces, déme el número de la sede central de su empresa.

- No tenemos sede central.

La conversación continuó durante cerca de media hora —mi padre insistía en hablar con autoridades cada vez más altas (el presidente del Gobierno, el capitán Kirk, Dios)— hasta que soltó un comentario totalmente innecesario (por no decir que fuera de contexto) de tipo racista, y me sacó a rastras de la tienda. Visto con perspectiva, fue —más o menos— culpa mía; al juego no le pasaba nada, simplemente no me había gustado. Mis intentos por estropearlo con un imán habían fracasado, así que mentí.

Recuerdo también otra experiencia antigua, en una "tienda de ordenadores" —entré sólo para echar un vistazo, ojo—, en la que me obligó a comprar *Populous* un vendedor trajeado (era la época en que el personal de las "tiendas de ordenadores" todavía debía vestir bien). Hoy día soy más decidido: cuando me preguntan si quiero una tarjeta de descuento tiro la caja registradora al suelo y le clavo un lápiz al vendedor en la garganta.

Quizá a causa de estos instructivos encuentros no me gustan las tiendas de juegos.

Hoy día parece que haya dos tipos de tiendas de juegos. Está la cadena situada en las calles principales, que finje que es un establecimiento respetable, pero sigue siendo intimidatoria y confusa para un jugador ocasional y/o para la compra de regalos. Quizá se deba a que *Chicken Little* aparece junto a *Hitman* y *Silent Hill*. Todo está amontonado por plataformas, en vez de por géneros. Es casi inevitable, desde luego, pero pone de manifiesto la relativa inmadurez de la industria. El personal en estas tiendas parecen agentes inmobiliarios, y están dirigidos por alguien que tiene al menos cinco años menos que tú. A los clientes les tratan de "señor".

Luego está la tienda de juegos independiente, cruce entre el tendero de barrio de los 70, un almacén y un club de rock gótico (lloro cuando veo a una madre desquiciada intentando cambiar un juego entre el estrépito del heavy que retumba en la tienda). El personal viste ridículas ropas alternativas, y lleva *piercings* allí donde la gente se los pone cuando quiere llamar la atención. Espetan a los clientes un "¿qué hay?"

Intento evitar las tiendas de juego siempre que me resulte posible. Cuando compré *Me and My Katamari* en una cadena de mi barrio, tuve una agradable charla con la adorable jovencita del mostrador. Luego empezó a divagar sobre su sueño de casarse con el príncipe, a gritar que quería cambiarse de sexo para poder convertirse en el Rey de Todo el Cosmos, y tuve que irme a mi cita en una clínica de enfermedades venéreas.

Sony, Microsoft y Nintendo (por no hablar de Valve) esperan acabar con los métodos tradicionales de distribución de software, y si tienen éxito —y está claro que antes o después alguno lo tendrá— eso supondrá la muerte de la tienda de juegos radicada en las calles principales. Todavía tendremos que comprar hardware ante un mostrador del denominado 'mundo real'; pero no creo que generen mucha actividad tiendas que sólo venden máquinas, no juegos. La PS4 y la Xbox 490 se venderán junto a productos de marca blanca.

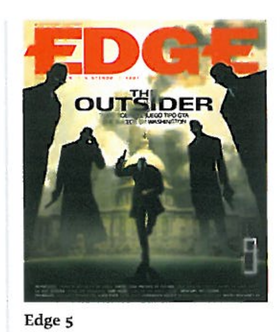
Me atrevo a decir que pasarán años antes de que las tiendas de juegos mueran del todo, pero —del mismo modo que todo el mundo predice últimamente la pronta desaparición de las tiendas de música— su muerte está condenada a producirse antes o después, es solamente cuestión de ancho de banda. Si las tiendas de juegos mueren como muchos esperan, ¿qué les pasará a las desquiciadas madres que intentan comprar *Dead or Alive Big Tit Volleyball* para sus hijos de 14 años? ¿Qué sucederá con el mercado de segunda mano (por asqueroso, amoral e ilegal como pueda parecer... o algo así)? ¿Qué sucederá con el asqueroso y amoral mercado de importación?

Puede que no me guste ir a las tiendas de juegos, pero son un mal necesario. Me gusta la presencia implícita que otorgan a la industria de los videojuegos. Además, soy un terrible nostálgico —he llorado por el cierre de una gasolinera local— y la desaparición de la tienda de juegos supondrá un día de horribles llantos.

Mr Biffo cofundó Digitiser, sección de videojuegos del teletexto del británico Channel 4, y ahora escribe sobre todo para la tele.



Fórum



Edge 5

ONLINE OFFLINE

Retazos del fórum de Edge Online's

Manos

Los juegos nunca las sacan logradas. ¿Qué más?
equinox_code

Pelo, ojos, labios.
lightswitch sam

Sincronización de los labios con las voces. Sí, estoy mirándoos a vosotros, *Psychonauts*. Ni siquiera sabéis hacerlo bien en las escenas grabadas.
monkeytown

Cambio de armas en tiempo real, aparentemente. PS3 será la primera en ofrecer esta revolucionaria prestación.
qazimod

¿Alguien ha visto alguna vez fontaneros rompiendo rocas por la mitad con sus manos desnudas, o volar con unos estúpidos vestidos de mapache?

lkermel

Compro vuestra revista desde el número 1. Reconozco que ignoraba la existencia de su "madre" inglesa. Pero estuve curioseando y pense que merecería la pena. La verdad es que pienso que es una revista fantástica, con un enfoque maduro que, sinceramente, echaba de menos en el sector (en nuestro país al menos). Y no entiendo las críticas (en mi opinión demasiado duras) que recibís de algunos. Llegar a decir que no volverán a comprar la revista me parece tan exagerado... He notado vuestros fallos, y mentiría si os dijera que yo no cambiaria algunas cosas de la revista, aunque supongo que tales cambios (como más información en los análisis, en una especie de "ficha" o recuadro con datos técnicos, compatibilidad con periféricos, fechas de salida o precios, etc), os están vedados. Pero una cosa es cierta: las traducciones que haceis de los textos ingleses son bastante mejorables. Eso no me parece un problema, y tendréis mi apoyo cada mes, pero no estaría mal mejorar esos detalles, como también el hecho de que (esto es una suposición desde mi ignorancia) el *staff* de la revista es, en su mayoría, personal no especializado en esto de los videojuegos, sino más bien en el sector de vuestra compañera *On Off.* De todas maneras me gustaría aprovechar para agradeceros el esfuerzo que supone una revista nueva en un sector que está bastante mal acostumbrado, y deciros que me encantaría ver en España a jugadores más "culturizados" en esto del videojuego.
Cholo-EvenStar (Sevilla)

Muchas gracias por tus comentarios, que seguro aprovecharemos. Por un lado, cada mes estamos intentando mejorar las traducciones con gente especializada, el tema de añadir algo a la información, como fichas, no lo hacemos no por imposibilidad de localizar los datos, sino por mantener el estilo que tanto éxito ha dado a la versión original, limpio, sencillo y con una sóla nota sobre 10. El tema de los colaboradores y la gente que hace Edge, es lógico que contemos con gente que también colabore en otras revistas de la casa, pero es que ellos también entienden de videojuegos y escriben en muchas revistas y periódicos sobre el tema. Es precisamente este tipo de colaborador el que buscamos, por ser los menos "involucrados" con las empresas distribuidoras de juegos y fabricantes de consolas, lo que nos permite mantener la independencia y porner un 4 a *El Padrino,* algo que ningún otro de los colaboradores "conocidos" por trabajar en revistas del sector se atrevería a firmar. En todo caso, estamos ampliando el número de colaboradores, pero siendo muy exigentes con su independencia e intentando que no tengan prejuicios —algo muy difícil en este sector—.

"He notado vuestros fallos, y mentiría si os dijera que yo no cambiaría algunas cosas de la revista, aunque supongo que tales cambios os están vedados"

Amigos y amigas del videojuego, *Metal Gear Solid 3: Subsistence* no va a salir en el mercado español. Konami Europa lo ha cancelado, el juego ha desaparecido de la lista de lanzamientos de la compañía.
Esto es algo que no puedo llegar a entender, siempre he considerado a Konami la mejor compañía, la más cercana al jugador y a los europeos. Sacaron el *Silent Hill 3* en Europa antes que en cualquier otro sitio y nos daban más modos de juego en los *Metal Gear...* es una pena que ahora nos hagan esto. *MGS3:Subsistence* cuenta con tres DVDs, en ellos el juego original con cámara libre, un modo *online,* más minijuegos, los dos primeros *Metal Gear* de MSX totalmente traducidos y una película del juego hecha con las escenas de vídeo del mismo.

¿Cómo pueden dejarnos sin esta maravilla? Tal vez sea lo mejor de la serie hecho nunca.

Lo peor de todo es que no han dado motivos al cancelarlo; simplemente, lo han hecho.

Es cierto que estamos a la cola respecto al resto de Europa en Internet y

Torneo mundial de Yu-Gi-Oh!

Sergi Saludes, de 20 años y campeón español de Yu-Gi-Oh (GBA), quedó en un destacadísimo puesto en el torneo mundial, que se celebró en Japón. Saludes fue derrotado en la pelea contra el que luego sería ganador del torneo, el japonés Kenji Watanabe.



somos la cabeza en piratería, pero no me parece motivo suficiente.

Por eso pido a la revista que nos apoye y a los lectores que voten en esta dirección: http://www.petitiononline.com/mgs3sspa/petition.html para así intentar ser escuchados.

Finalmente sí va a salir *MGS3 Subsistence* en España. La compañía anunció el lanzamiento después de que en la página que menciona este lector se recogieran más de 6.000 firmas. La iniciativa, que ya funcionó con Sony para *ICO*, es muy interesante porque parte de los propios jugadores. Hemos incluido esta carta porque en estas páginas queremos servir también para conectar a los usuarios sobre sus inquietudes sobre el mundo del videojuego.

En palabras del propio Snake con voz de Alfonso Vallés: ¡Pero qué coño! (Carta referida a la información aparecida en la sección "Cosas desde Japón del número 5 escrita por Carmen Jané, reproducida bajo estas líneas).

Que sí, que tiene una versión de *Metal Gear Solid*. Es una adaptación de la serie, no una continuación de lo de PS2. Que lo anunciaron en el E3.

Llevo tres números comprados de vuestra revista, y creo que ha llegado la hora de que responda a toda esa gente que no para de repetir la palabra "parcialidad" para describir vuestro trabajo. Empecemos por el principio: no entendí y sigo sin entender qué es lo que tiene de malo publicar una PS3 en la portada. ¿Acaso alguien duda de que Sony esté a la cabeza actualmente en el desarrollo de contenidos para el mundo del videojuego? ¿Acaso no está claro que tanto Nintendo como Microsoft rivalizan por hacerse un hueco en él? Entonces, ¿qué tiene de malo que se compare la PS3 con el resto de las consolas y para resaltarlo se ponga en la portada? ¡Ah claro!, que como estamos acostumbrados al "Sony forever" de otras revistas, pues a la mínima que se ve algo similar a simple vista hay que saltar. ¿Para qué dar tiempo a alguien? Lo mejor es acusar. Sony está en lo alto y el resto les sigue, eso hay que reconocerlo y aceptarlo, y de ahí podemos pasar a lo siguiente.

"Imparcialidad no significa no tener opinión, significa no dejarse influenciar por ninguna tendencia. Las opiniones están para decirlas"



Y PSP se ha posicionado como objeto de deseo, pero mixto, con Lumines y también un Grand Theft Auto en el que vacilar como matón, y ante el que alguna jugadora ha sucumbido, porque en el fondo nos gustan los tipos malos.
Wii también tendrá Metal Gear Solid, un juegazo con bastantes aficionadas, y juegos para los adictos de siempre, que puedan verse salpicados por el higadillo que destile la pantalla.
Pero ya nada será igual. Las japonesas están descubriendo la consola. Otro segmento abundante —y más en Japón, donde prima el hombre adicto

Este comentario de Carmen Jané aparecido en el número cinco de la revista ha provocado verdaderas polvaredas indignadas.



Miguel Soria se pregunta qué pensarían los que acusaron a la revista de ir a favor de Sony al ver la portada de Wii en el número 4.

¿Qué tiene de malo que una revista tenga su opinión sobre el que fuera, para ella, el juego de mayor éxito en el E3? Imparcialidad no significa no tener opinión, significa no dejarse influenciar por ninguna tendencia y decir las cosas como son. Las opiniones están para decirse y las críticas para comunicarlas, ¿o vamos a quitar eso a los medios de comunicación porque estamos acostumbrados a que se nos venda la independencia como lo que no es? Me gustaría ver la cara de todos aquellos que os acusaron de "Sony-eros" (por decirlo de algún modo) al ver la portada de la Wii, y más aún de los que os amenazaron con dejar de compraros. Sí, para muchos vuestra portada de la Wii será señal inequívoca de que los rapapolvos han hecho efecto, pero para los que os sabemos leer vemos que es señal de buen gusto e imparcialidad. Sony estará haciendo muchas cosas mal, nadie lo duda, pero tampoco es que Microsoft y Nintendo sean precisamente unos santos, así que mejor obviemos lo que estamos acostumbrados a ver en los kioscos desde hace años y acostumbrémonos a la cara que usa la imparcialidad que creo tiene vuestra revista.
Tiempo pedís y yo, con gusto, os lo daré. Por mi parte, pienso seguir comprándoos mucho tiempo, porque por fin se compra información y opinión y no sólo opinión camuflada de información.
Miguel Soria.

Gracias por tus comentarios. Somos conscientes de lo interesadas que son muchas opiniones en contra. En un tiempo el *marketing viral* —aquel que, pagado por empresas, se expresa interesadamente en Internet— sólo era positi-

Continued ›



Tema: Trágica pérdida

¿Alguno de vosotros ha perdido alguna vez una consola en circunstancias especialmente trágicas? Antes del primer cumpleaños de mi Mega Drive, mi hermana metió una hamburguesa por la ranura de los cartuchos, y luego le dio el golpe de gracia despachurrándola con un rotulador. Dado que no tenía excusa para hacer algo así, no tuve más remedio que arrancarles la cabeza a sus Barbies.
equinox_code

Mi SNES salió una vez disparada por la ventana (no la lancé yo). Se rompió.
Steelflight

Tenía en la mochila una botella que se vertía y llevé mi DS unas cuantas veces. Siempre se derramaba en el metro y secaba la DS durante un día y no pasaba nada. Esta vez, sin embargo, llevaba unos chicles en la mochila, el líquido se mezcló con los chicles y el pegajoso residuo ha arruinado la pantalla principal. Todavía funciona, pero tiene una mancha gris en el medio.
Monkeytown

Hace años, heredé el gato de mi hermano. Este gato era muy viejo y estaba ciego. A veces encontraba mal el lugar apropiado para mear... y lo mejor que encontró para hacerlo fue mi vieja PSX gris (que todavía tiene el convertidor de energía conectado). La PSX estaba apagada, pero le quedaba energía: se creó un cortocircuito y se prendió fuego. Menos mal que ese día yo estaba en casa.
warp

Fórum

vo. He comprado tal juego y es realmente bueno, he adquirido cual revista y me parece muy interesante. Ahora este tipo de actividad en Internet es también negativa hacia la competencia, ya sea establecida o que aparece nueva. Todas las críticas son bienvenidas si son constructivas, pero algunas se han vertido interesadamente y se ha demostrado que no eran ciertas.

Esperemos que la *game culture* se extienda ahora en España gracias a este paso (yo era asiduo a la revista en inglés, pero ahora lo tengo más fácil). Quiero enlazar esto con lo que comenta un lector en el Nº4, cuando dice que no quiere apelar al patriotismo a la hora de leer artículos sino que apela a la profesionalidad de los columnistas. Entiendo el planteamiento sin embargo al exigir autores españoles no creo que los lectores de Edge estemos exigiendo patriotismo sino culturalidad. Como españoles tenemos ciertos rasgos culturales que nos diferencian de japoneses, noreuropeos, Norteamericanos, etc... y eso también en la cultura del videojuego. Esta diferencia (o diversidad si se prefiere) cultural podría llegar a responder a preguntas como ¿por qué no hay más juegos tipo *Killer7* en España cuando en Japón arrasan y los hay "a patadas"? Evidentemente porque somos distintos, y esto no tiene que ver con el patriotismo, sino con la cultura.

El problema que han tenido portales de Internet y otras revistas del medio es el de poner a gente muy joven en dichas columnas de crítica, lo que no le resta profesionalidad pero sí madurez (y entiendo que los lectores de Edge son de una media más elevada que la del resto), y cuando uno lee a Mr Biffo relatando experiencias vitales que no se suelen tener a edad temprana pues uno dice: ¡esto es GameCulture y eso es lo que falta en España!, faltan profesionales adultos en el área de la investigación y producción intelectual en torno al videojuego los cuáles serían candidatos perfectos para las columnas de opinión e incluso de análisis de los juegos de los medios a los que accedemos.
Flavio Escribano

Promovemos entre todos la aparición de gente interesada en hablar de los videojuegos como cultura. Por ahora estos colaboradores se limitan a la sección "Cosas sobre Japón" que es la industria del videojuego de ese país vista desde el nuestro, con especialistas que han viajado mucho por allí. Para opiniones habituales como las de las páginas anteriores al fórum es más difícil por la continuidad, pero en ello estamos trabajando.



Tema: Habilidades transferibles

¿Alguien ha aprendido alguna habilidad en los videojuegos que le haya resultado útil en otros juegos o en la vida real?
Freethinker

Yo sé que si encuentro un botón azul, servirá para abrir la puerta azul.
ecureuil

Yo trabajé como albañil el último verano y, aunque el Tetris no me enseñó cómo poner los ladrillos, la mentalidad que genera de no querer dejar huecos mejora el trabajo y puedes fingir que estás jugando a un Tetris de la vida real mientras lo haces.
Shinji

Este es tu espacio. Envíanos un e-mail **(opinionesedge@globuscom.es)**, Poniendo Fórum en el asunto. O por carta: Fórum, revista Edge. C/Covarrubias, 1, 1ª planta. 28010 Madrid

Visit the Crashlander archive at www.crashlander.com/edge

Edge y Planeta DeAgostini SORTEAN

15 juegos para PC de Bad Day LA*



* requerimientos de hardware para este videojuego se pueden consultar en Planeta DeAgostini

CÓMO PARTICIPAR:

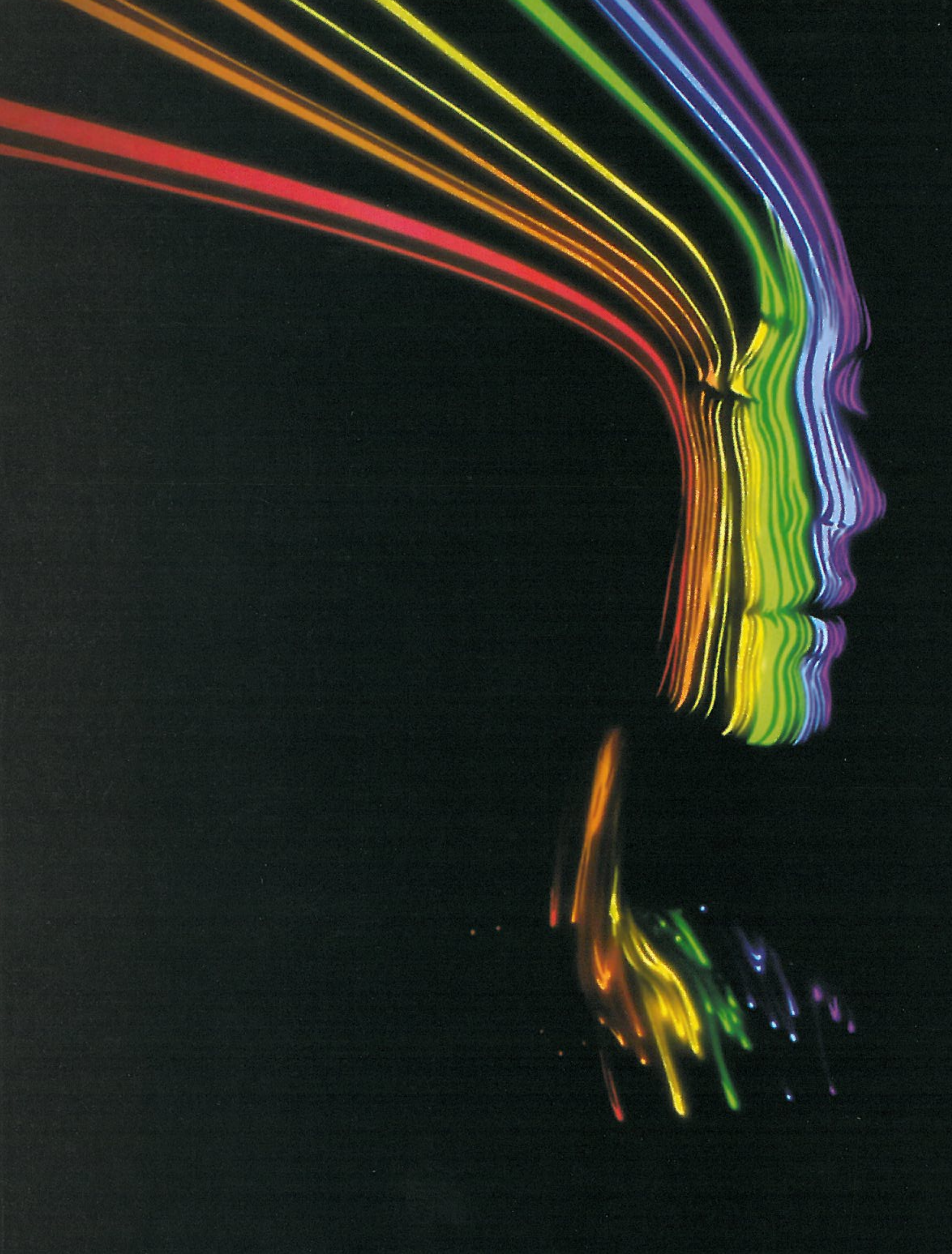
Basta con responder a la siguiente pregunta:
¿Qué artistas se han encargado de la parte visual de Bad Day LA?
Respuesta: ....

¿Qué revistas de juegos compras de forma habitual?

❑ Play2mania ❑ Playstation 2 (Revista Oficial) ❑ Superjuegos
❑ Nintendo acción (Revista Oficial) ❑ Computer Hoy Juegos
❑ Micromania ❑ Edge (versión inglesa) ❑ PC life
❑ Hobby Consolas ❑ Otras (escribe cuál, por favor)
....
....

Nombre: .... Apellidos: ....
Tel.: .... Dirección: ....
C.P.: .... Población: ....
Provincia: .... Edad: ....
E-mail: ....

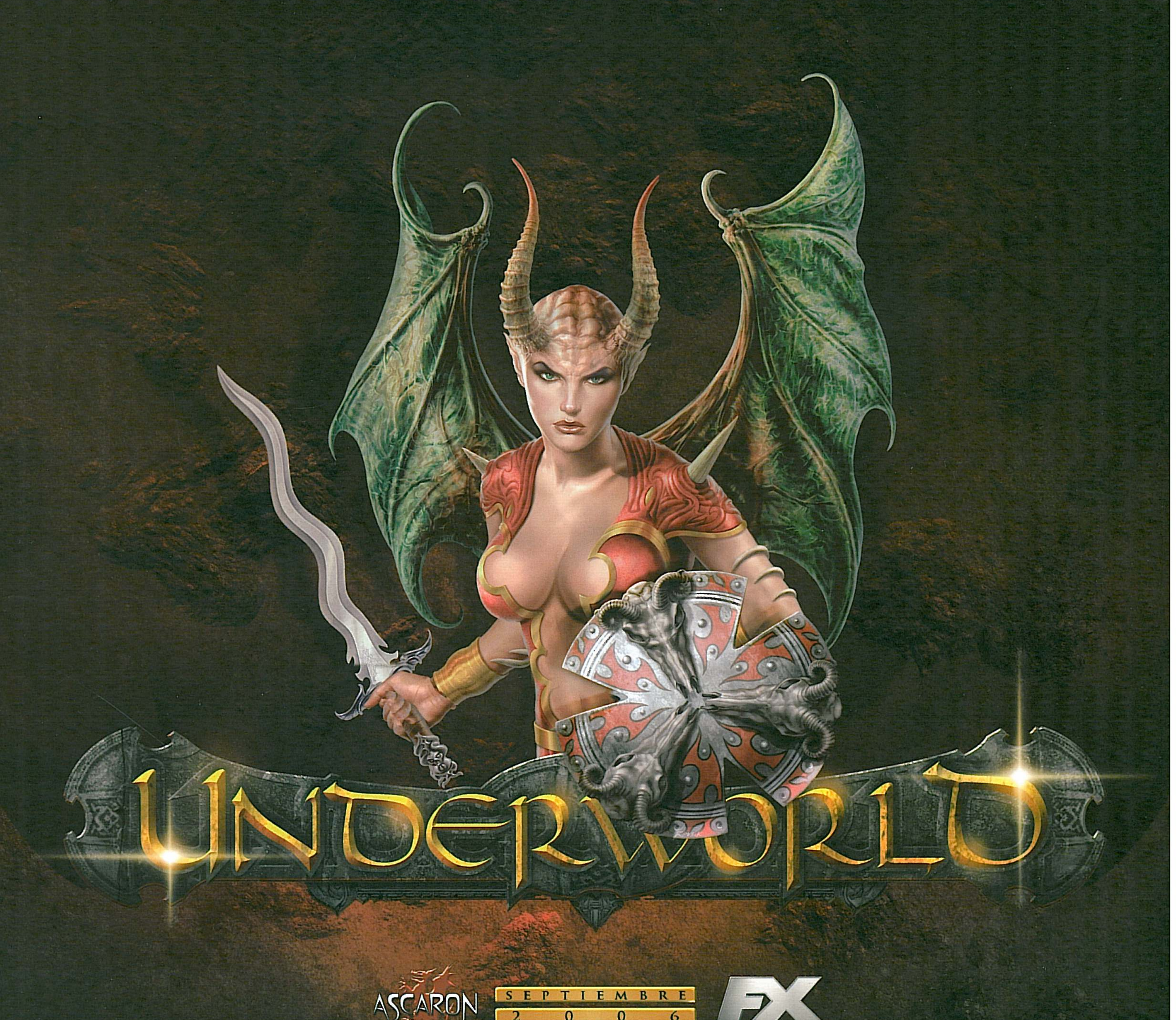
Recorta y envía este cupón a Revista EDGE. Covarrubias, 1. 28010 Madrid. Si has acertado, entrarás en el sorteo de los quince videojuegos arriba indicados. Sólo un cupón por persona. El resultado saldrá publicado en el número 8 de EDGE



Próximo número

Edge 7

Lego StarWars 2, Dead Rising, Saints Row, GTR2, Warhammer y mucho más


Underworld
Ascaron
Septiembre
2006
FX
FXINTERACTIVE.COM